

LA PRODUCCIÓN COMUNICATIVA DE LA REFERENCIA:

**Un análisis mediacional de las noticias del
teletexto en España**

Tesis Doctoral presentada por:

José Antonio ALCOCEBA HERNANDO

Director:

Dr. Miguel Angel SOBRINO BLANCO

Ado de Baja
en la
Biblioteca

Sección de Comunicación
Dpto. de Sociología IV
(Teoría de la Comunicación)
Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid

Se recuerda al lector no hacer más
uso de esta obra que el que
permiten las disposiciones Vigentes
sobre los Derechos de Propiedad
Intelectual del autor. La Biblioteca
queda exenta de toda responsabilidad.

1999

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID**

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA INFORMACION**

REGISTROS DE LIBROS

BIBLIOTECA GENERAL

Nº Registro J. D. 582

INDICE DE LA TESIS

INTRODUCCION	1
1ª PARTE: PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA TESIS	7
CAPITULO 1: OBJETO DE ESTUDIO Y ESTADO DE LA CUESTION.	8
1.1. LA PRODUCCION DE NOTICIAS.	11
1.1.1. Concepto de noticia.	18
1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN (I): ESTUDIOS SOBRE LA NOTICIA.	21
1.2.1. Las noticias como Construcción Social de la Realidad.	24
1.2.2. Situación actual de la investigación comunicativa.	27
1.2.3. ¿Cómo abordar el estudio de las noticias?	35
1.3. ESTADO DE LA CUESTIÓN (II): ESTUDIOS SOBRE EL TELETEXTO.	38
1.4. OBJETO MATERIAL Y FORMAL DE ESTA INVESTIGACION.	41
CAPITULO 2: MODELO TEORICO QUE SUSTENTA LA INVESTIGACION.	46
2.1. PRODUCCION, INFORMACION Y COMUNICACION PUBLICA.	47
2.1.1. La institucionalización del trabajo comunicativo.	48
2.1.2. Los Sistemas de Comunicación.	50
2.1.3. La producción de información en el sistema de comunicación de masas.	52
2.2. LA TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN. EL MODELO DE COMUNICACIÓN PROPUESTO DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.	57
2.2.1. El modelo de comunicación propuesto desde la Teoría de la Comunicación.	58
2.2.2. Modelo de Mediación de la Teoría de la Comunicación.	
2.2.3. Componentes del Sistema de Comunicación.	62
2.2.4. El modelo de análisis de la Mediación Comunicativa.	63

2.3. LAS NOTICIAS DE TELETEXTO COMO “PRODUCTOS COMUNICATIVOS” ORIENTADOS AL CONOCIMIENTO PÚBLICO DE LOS CAMBIOS QUE ACONTECEN EN EL ENTORNO SOCIAL.	69
2.3.1. Los componentes del Sistema de comunicación de las noticias de teletexto	73
2.4. TEORIA COMUNICATIVA DE LA PRODUCCION SOCIAL DE LA REFERENCIA EN LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	76
2.4.1. Composición de la referencia en las noticias de teletexto.	83
2.4.1.1. Composición Formal. (mediación tecnológica o estructural).	87
2.4.1.2. Producción Referencial.(mediación comunicativa comunicativa o referencial).	89
2.4.1.2.1 Selección y Composición Referencial de la noticia.	90
2.4.1.2.2. Nivel de Actualidad de las noticias de teletexto.	93
2.4.1.2.3. Selección y Tratamiento de los Datos de Referencia.	94
2.4.1.2.3.1. Modelo de análisis de los Datos de Referencia en las noticias de teletexto.	99
2.4.1.2.3.2. Análisis de los datos de Referencia de las noticias de teletexto.	106
2.4.1.2.4. Estructura Composicional de los Datos de Referencia.	114
2.4.2. Adscripción de la noticia a Ambitos Temáticos.	120
2.4.3. Modelos mediadores de las instituciones comunicativas.	127
 CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LA TESIS.	135
3.1. ACLARACIONES TERMINOLÓGICAS.	136
3.2. EL ANÁLISIS DE CONTENIDO. UTILIDAD DEL MÉTODO.	140
3.3. MODELO METODOLÓGICO DE ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.	144
3.3.1. Modelo metodológico de análisis de esta investigación.	148
3.3.1.1. Mediadores (Cadenas de Televisión).	148
3.3.1.2. Estructura Referencial.	150
3.3.1.3. Ambitos Referenciales (Temáticos).	152
3.3.1.4. Tipos de Datos de Referencia.	153
3.3.1.5. Tratamiento singularizado de los Datos de Referencia.	155
3.3.1.6. Estructura Composicional de los Datos de Referencia.	156
3.4. SELECCIÓN DE CADENAS.	158

3.5. OBTENCIÓN DE LOS DATOS.	159
3.5.1. Confección de la muestra.	163
3.6. APARATO ANALÍTICO. TÉCNICAS O METODOS DE OBTENCIÓN DE LOS DATOS.	173
3.6.1. Protocolos para el análisis de las noticias de teletexto.	174
3.6.1.1. Análisis formal de la noticia.	174
3.6.1.2. Análisis referencial (del contenido) de la noticia.	176
3.6.1.2.1. Protocolos para el análisis de los titulares de las noticias de teletexto.	177
3.6.1.2.2. Protocolos para el análisis del Cuerpo de las noticias de teletexto.	178
3.7. NIVELES DE ANÁLISIS.	191
 CAPITULO 4: INTRODUCCION AL MEDIO TELETEXTO.	 202
4.1. EL TELETEXTO: ORIGEN Y DESARROLLO.	203
4.1.1. Inicios del teletexto en España.	209
4.2. CARACTERISTICAS GENERALES DEL TELETEXTO.	213
4.2.1. Infraestructura y creación del servicio.	213
4.2.2. Transmisión y difusión del teletexto.	216
4.2.3. Recepción del servicio de teletexto.	219
4.3. EL TELETEXTO EN RELACIÓN CON OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.	224
4.3.1. Teletexto y Videotexto.	225
4.3.2 El teletexto en relación con los medios audiovisuales.	229
4.3.3. El teletexto y los medios impresos.	235
4.4. EL TELETEXTO, UN MEDIO CON CARACTERÍSTICAS PROPIAS: ORGANIZATIVAS, TECNOLOGICAS, EXPRESIVAS Y DE USO.	236
4.5. EL FUTURO DEL TELETEXTO.	251
 CAPITULO 5: LA OFERTA DE LOS CONTENIDOS DEL SERVICIO DE TELETEXTO.	 258
5.1. UN MEDIO DE SERVICIO PÚBLICO.	259
5.2. EL TELETEXTO: UNA FÓRMULA “POPULAR, INFORMATIVA Y ESPECIALIZADA”.	262
5.3. LA INFORMACIÓN EN EL TELETEXTO.	265

5.4. EL ENTRETENIMIENTO.	269
5.5. LAS POSIBILIDADES FORMATIVAS Y EDUCACIONALES.	270
5.6. LA FUNCIÓN DE INICIAL DEL SUBTITULADO.	272
5.7. EL TELESOFWARE.	275
5.8. LA PUBLICIDAD.	276
5.9. CONTENIDOS DEL TELETEXTO EN ESPAÑA.	280
5.9.1. El teletexto de TVE: el servicio pionero de carácter nacional.	290
5.9.2. Efetexto de Telemadrid: un servicio de teletexto regional.	293
5.9.3. Teletextos de Tele 5 y Antena 3: dos modalidades de teletexto de interés comercial.	295
 2ª PARTE :EL ANALISIS DE LOS DATOS Y LA INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.	 300
 CAPITULO 6: LA NOTICIA EN EL TELETEXTO.	 301
6.1. LA ESTRUCTURACION DE LA INFORMACIÓN EN EL TELETEXTO.	303
6.2. PARTES DE LA NOTICIA DEL TELETEXTO.	309
6.2.1. Los titulares de las noticias de teletexto.	312
6.2.1.1. Comparación de los titulares de Sumario y los titulares de Cuerpo.	318
6.2.2. El Cuerpo de las noticias de teletexto.	319
6.3. LA ESTRUCTURA REFERENCIAL DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	325
6.4. EL CONTACTO CON LA ACTUALIDAD DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	329
6.5. LA COMPOSICIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	332
6.6. MODELO DE MEDIACIÓN DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	333
6.6.1. Aspectos Estructurales de las noticias de teletexto.	336
6.6.1.1. Los titulares de las noticias de teletexto.	339
6.6.2. Aspectos Referenciales de las noticias de teletexto.	340
6.6.3. Articulación entre Estructura y Referencia en las noticias de teletexto.	343

CAPITULO 7. LA CONSTRUCCION DE LA REFERENCIA EN LAS NOTICIAS DE TELETEXTO: ANALISIS DE LOS DATOS DE REFERENCIA.	3 4 6
7.1. ANALISIS DE LAS ACCIONES DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	3 5 2
7.1.1. Análisis de la Referencia relativa a las Acciones de las noticias de Teletexto.	3 5 2
7.1.2. Análisis de las Acciones con respecto a los aspectos referenciales de la noticia.	3 5 6
7.1.3. Análisis de las Acciones con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.	3 6 5
7.2. ANALISIS DE LOS ACTORES DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	3 6 9
7.2.1. Análisis de la Referencia relativa a los Actores de las noticias de Teletexto.	3 6 9
7.2.2. Análisis de los Actores con respecto a los aspectos referenciales de la noticia.	3 7 4
7.2.3. Análisis de los Actores con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.	3 7 7
7.3. ANALISIS DE LOS ROLES DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	3 7 9
7.3.1. Análisis de la Referencia relativa a los Roles de las noticias de Teletexto.	3 7 9
7.3.2. Análisis de los Roles con respecto a los aspectos referenciales de la noticia.	3 8 2
7.3.3. Análisis de los Roles con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.	3 8 6
7.4. ANALISIS DE LA TEMPORALIDAD DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	3 8 8
7.4.1. Análisis de la Referencia relativa a la temporalidad de las noticias de Teletexto.	3 8 8
7.4.2. Análisis de la temporalidad con respecto a los aspectos referenciales de la noticia.	3 9 0
7.4.3. Análisis de la temporalidad con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.	3 9 1
7.5. ANALISIS DE LA ESPACIALIDAD DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	3 9 2
7.5.1. Análisis de la Referencia relativa a la espacialidad de las noticias de Teletexto.	3 9 2
7.5.2. Análisis de la espacialidad con respecto a los aspectos referenciales de la noticia.	3 9 5
7.5.3. Análisis de la espacialidad con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.	3 9 6

7.6. ANALISIS DE LA CAUSALIDAD DE LAS NOTICIAS DE TELETEXO.	3 9 8
7.6.1. Análisis de la causalidad con respecto aspectos referenciales de la noticia.	3 9 8
7.6.2. Análisis de la causalidad con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.	3 9 9
7.7. ANALISIS DE LA CONSECUENCIALIDAD DE LAS NOTICIAS DE TELETEXO.	4 0 0
7.7.1. Análisis de la consecuencialidad con respecto a los aspectos referenciales de la noticia.	4 0 0
7.7.2. Análisis de la consecuencialidad con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.	4 0 2
7.8. ANALISIS DE LA FUENTE INFORMATIVA DE LAS NOTICIAS DE TELETEXO.	4 0 3
7.8.1. Análisis de la Referencia relativa a la fuente informativa delas noticias de Teletexto.	4 0 3
7.8.2. Análisis de la fuente informativa con respecto a los aspectos referenciales de la noticia.	4 1 2
7.8.3. Análisis de la fuente informativa con respecto a los aspectos estructurales de la noticia	4 1 7
CAPITULIO 8. ANALISIS DE LOS REFERENTES EN LAS NOTICIAS DE TELETEXO.	4 1 9
8.1. ANALISIS DEL REFERENTE.	4 2 0
8.1.1. Análisis de la referencia	4 2 1
8.2. ANALISIS DEL REFERENTE EN RELACION CON LA NOTICIA.	4 2 5
8.2.1. Análisis de los referentes en relación con los aspectos referenciales la noticia.	4 2 5
8.2.2. Análisis de los referentes en relación con los aspectos estructurales de la noticia.	4 3 0
8.3. ANALISIS DEL REFERENTE EN RELACION CON LOS DATOS DE REFERENCIA.	4 3 3
8.3.1. Análisis de los referentes en relación con las acciones de las noticias de teletexto.	4 3 3
8.3.2. Análisis de los referentes en relación con los actores de las noticias de teletexto.	4 3 5
8.3.3. Análisis de los referentes en relación con los roles de lasnoticias de teletexto.	4 4 0
8.3.4. Análisis de los referentes en relación con la temporalidad de las noticias de teletexto.	4 4 2
8.3.5. Análisis de los referentes en relación con la espacialidad de las noticias de teletexto.	4 4 3

8.3.6. Análisis de los referentes en relación con la causalidad de las noticias de teletexto.	446
8.3.7. Análisis de los referentes en relación con la consecuencialidad de las noticias de teletexto.	446
8.3.8. Análisis de los referentes en relación con la fuente informativa de las noticias de teletexto.	446
CAPITULO 9: ANALISIS DE LOS MODELOS MEDIADORES (CADENAS) DE NOTICIAS EN EL TELETEXTO.	454
9.1. ANALISIS DE LOS MEDIADORES CON RESPECTO A LOS ASPECTOS DE LA NOTICIA.	457
9.1.1. Análisis de los modelos mediadores con respecto a los aspectos referenciales de las noticias de teletexto.	457
9.1.2. Análisis de los modelos mediadores con respecto a los aspectos estructurales de las noticias de teletexto.	458
9.2. ANALISIS DE LOS MODELOS MEDIADORES PUBLICOS Y PRIVADOS DE NOTICIAS EN EL TELETEXTO.	460
9.2.1. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a los aspectos referenciales de las noticias de teletexto.	460
9.2.2. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a los aspectos estructurales de las noticias de teletexto.	461
9.3. ANALISIS DE LOS MEDIADORES CON RESPECTO A LOS DATOS DE REFERENCIA DE LA NOTICIA.	462
9.3.1. Análisis de los modelos mediadores con respecto a las acciones de las noticias de teletexto.	462
9.3.2. Análisis de los modelos mediadores con respecto a los actores de las noticias de teletexto.	464
9.3.3. Análisis de los modelos mediadores con respecto a los roles de las noticias de teletexto.	465
9.3.4. Análisis de los modelos mediadores con respecto a la temporalidad de las noticias de teletexto.	467
9.3.5. Análisis de los modelos mediadores con respecto a la espacialidad de las noticias de teletexto.	467
9.3.6. Análisis de los modelos mediadores con respecto a la causalidad de las noticias de teletexto.	468
9.3.7. Análisis de los modelos mediadores con respecto a la consecuencialidad de las noticias de teletexto.	469
9.3.8. Análisis de los modelos mediadores con respecto a la fuente informativa de las noticias de teletexto.	469
9.4. ANALISIS DE LOS MEDIADORES PUBLICOS Y PRIVADOS CON RESPECTO A LOS DATOS DE REFERENCIA DE LA NOTICIA.	471
9.4.1. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a las acciones de las noticias de teletexto.	471

9.4.2. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a los actores de las noticias de teletexto.	472
9.4.3. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a los roles de las noticias de teletexto.	473
9.4.4. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a la temporalidad de las noticias de teletexto.	474
9.4.5. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a la espacialidad de las noticias de teletexto.	475
9.4.6. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a la causalidad de las noticias de teletexto.	475
9.4.7. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a la consecuencialidad de las noticias de teletexto.	475
9.4.8. Análisis de los modelos mediadores públicos y privados con respecto a la fuente informativa de las noticias de teletexto.	476
9.5. ANALISIS DE LOS MEDIADORES CON RESPECTO A LOS REFERENTES DE LA NOTICIA.	477
9.6. ANALISIS DE LOS MEDIADORES PUBLICOS Y PRIVADOS CON RESPECTO A LOS REFERENTES DE LA NOTICIA.	478
CAPITULO 10. BIBLIOGRAFIA	479
BIBLIOGRAFIA	500
3ª PARTE : ANEXOS.	513
1. PROTOCOLOS PARA EL ANÁLISIS DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.	514
1.1. Protocolo para el análisis de los aspectos generales de las noticias de teletexto.	515
1.2. Protocolos para el análisis de la referencia.	516
1.3. Protocolos para el análisis de los datos de referencia de las noticias de teletexto.	521
1.4. Protocolo para el análisis de los ámbitos temáticos del referente en las noticias del teletexto.	528
2. LIBRO DE CODIGOS.	532
2. 1. Definiciones generales para el análisis.	533
2. 2. Descripción de las variables y de las agrupaciones.	535
2. 3. Codificación de las variables utilizadas para el análisis de las noticias de teletexto.	555

3. TABLAS CAPITULO 6	5 6 1
4. TABLAS CAPITULO 7.	5 8 0
5. CUADROS CAPITULO 7.	7 1 6
6. TABLAS CAPITULO 8.	7 2 4
7. CUADROS CAPITULO 8.	8 4 4
8. TABLAS CAPITULO 9.	8 5 6
9. CUADROS CAPITULO 9	9 0 4

INTRODUCCION

La tesis que aquí se presenta se enmarca dentro del campo de la investigación social de la comunicación. Concretamente se centra en el análisis de la producción y tratamiento de la información que llevan a cabo las instituciones comunicativas en el modelo de *comunicación pública*.

La perspectiva desde la que se aborda este estudio de los productos comunicativos ofrecidos por los medios de comunicación de masas, se sitúa dentro del paradigma que ofrece la *Teoría de la comunicación*. Y dentro de

ella, desde el modelo de análisis de la *mediación comunicativa*.

Una investigación como esta, no podía abarcar el conjunto o la totalidad de los productos comunicativos que ofrecen los MCM, por lo que se limitó exclusivamente al estudio de la información de actualidad, y más en concreto a las noticias.

Para el análisis mediacional de las noticias se ha tomado como modelo el de las *noticias de teletexto*, por considerar que se trata de un medio insuficientemente estudiado, y porque las características estructurales y formales de dichas noticias eran las que mejor se ajustaban a los objetivos comunicativos que pretendíamos investigar.

Los materiales analizados proceden de muestras representativas del conjunto de noticias que se emitieron por parte de cuatro servicios de teletexto españoles: teletexto de TVE, Efetexto de Telemadrid, teletexto de Antena 3 y teletexto de Tele 5, a lo largo de un año, comprendido entre noviembre de 1994 y noviembre de 1995.

Esta tesis consta de tres partes diferenciadas, que se corresponden con las tres fases del desarrollo del trabajo realizado en una investigación científica como ésta.

La primera parte está dividida en cinco capítulos, en los que se define el objeto de estudio de la investigación, se ofrecen las referencias al marco teórico desde el que se aborda dicho objeto, y se muestra la metodología y el aparato analítico utilizados para el análisis, la explotación y la interpretación de la información.

También en esta primera parte se destina un capítulo de introducción al medio teletexto, en el que se explican someramente su historia, sus características tecnológicas y expresivas, las similitudes y diferencias con respecto a otros medios de comunicación y algunas prospecciones de futuro. Y en el último capítulo de la primera parte se ofrece un repaso general del conjunto de contenidos que ofrece el teletexto, centrándose en los servicios de teletexto españoles mencionados anteriormente.

En la segunda parte, que consta de cuatro capítulos, se muestran los resultados del análisis y la interpretación de los mismos, organizados de lo más concreto a lo más general siguiendo las directrices marcadas por el modelo analítico. Posteriormente se ofrecen las conclusiones obtenidas de la investigación. Y por último se presenta la bibliografía utilizada para la realización de la tesis.

La tercera parte corresponde a los anexos, en ella se presentan los protocolos para la recogida de la información, el conjunto de variables, las tablas de resultados, así como el conjunto de mecanismos utilizados para el análisis.

En esta tesis doctoral, como en toda investigación de esta naturaleza, tan sólo se muestra la punta del iceberg del trabajo llevado a cabo a lo largo de los últimos cinco años. Sería pretencioso, y por otro lado inútil, dar cuenta de todo el trabajo previo que todo proyecto científico conlleva; así como de todas las líneas de investigación iniciadas y abandonadas por considerarlas inabordables o infructuosas. Por tanto, esta tesis doctoral se limita a un extenso informe que pretende mostrar los resultados científicos de una extensa investigación comunicativa.

En la presentación de toda tesis doctoral es norma habitual dedicar un apartado a los agradecimientos. En mi caso, este recordatorio debiera ser tan extenso que tendría que ocupar un capítulo completo de esta investigación, ya que han sido muchas las personas que en mayor o menor medida han contribuido a la realización de la misma. Ante la imposibilidad de mencionar a todos los que han ayudado a que esta tesis viera la luz, me limitaré a citar tan sólo

a aquellos que considero imprescindible que aparezcan aquí.

En primer lugar a todos los componentes del Departamento de Sociología IV, de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, porque siempre estuvieron dispuestos a escucharme y a darme sus mejores ánimos y consejos. Y muy especialmente a Miguel Angel Sobrino Blanco, director de esta tesis doctoral, por hacer fácil lo difícil y en ocasiones al contrario; por adiestrarme en el trabajo científico, dedicándome todo el tiempo y la paciencia necesarios, y por confiar en mis posibilidades más que yo mismo. A él, más que a nadie, debo mostrarle mi agradecimiento.

Y en segundo lugar a mi padre (simplemente por el hecho de ser mi padre), y a Mónica Hidalgo Pernas, por haber soportado casi tanto como yo esta tesis doctoral durante cinco largos años.

1ª PARTE :

PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA
TESIS

CAPITULO 1.

OBJETO DE ESTUDIO Y ESTADO DE LA CUESTION.

Ante cualquier investigación, el primer cometido debe ser el de delimitar con la mayor claridad y precisión posible el objeto de estudio sobre el que va a tratar. Citando a Durkheim¹, “La primera tarea del sociólogo debe ser definir las cosas de que él trata a fin de que se sepa _y lo sepa él también_ cuál es el problema”.

La tesis que aquí se presenta tratará en este primer capítulo de acotar y definir concretamente dicho objeto, del que van a depender los distintos niveles de análisis posteriores.

Nuestra investigación se enmarca genéricamente dentro del estudio de las relaciones entre comunicación y sociedad. Este es un campo demasiado amplio y heterogéneo para poder ser abordado en su conjunto, por lo que convendrá limitar el análisis a algunos aspectos comunicativos y sociales a partir de un producto comunicativo concreto que permita consideraciones o conclusiones científicas extrapolables a otros objetos de estudio afines o similares. El campo más concreto al que se circunscribe este trabajo es el del análisis de los procesos de producción de información por parte de las

¹ DURKHEIM, E. *Las reglas del trabajo sociológico*. Barcelona, ORBIS, 1982.

instituciones comunicativas socialmente organizadas; y específicamente, trata de la producción mediada de noticias en el medio teletexto.

El término *producción* se emplea habitualmente como sinónimo de “creación”, “elaboración”, “confección”, “fabricación”. En consecuencia, se habla de “producción biológica”, de “producción de lenguaje”, de “producción cinematográfica”, de “producción cultural”, de “producción económica”, de “producción material” y de un sinnúmero de “producciones” alternativas. La existencia de la pluralidad semántica a la que acabamos de aludir puede ser fuente de no pocas confusiones.

Para aplicar el concepto de “producción” al estudio de las relaciones entre la comunicación y la sociedad, basta limitarse a desarrollar la noción, más específica, de “producción comunicativa”.

Producción es un concepto que conviene a cualquier acción transformadora de un sujeto sobre un objeto. En consecuencia -y por definición- *todo proceso de producción es una actividad material, que afecta al estado de la naturaleza*².

La actividad transformadora del ser humano sobre la naturaleza incluye a su propio organismo. Cuando se hable de “producción comunicativa” se entenderá genéricamente como una referencia implícita a los procesos materiales de transformación del hombre y de su entorno, orientados a producir información destinada a otros semejantes. En consecuencia, son “Procesos materiales de producción implicados en la

² Tomado en su significado más amplio, el calificativo “material” es legítimamente aplicable aquí a cualquier tipo de actividad del sujeto sobre la materia, con independencia de que ésta sea de naturaleza física, biológica o psíquica.

comunicación”, tanto la emisión de sonidos a través de los que se verbaliza una representación, como la fabricación de un objeto llamado “periódico”, o la confección de noticias de teletexto.

En este contexto, cabe entender por comunicación cierto tipo de interacciones entre seres vivos que se caracterizan porque éstos se afectan mutuamente, produciendo los cambios necesarios en el entorno para el manejo de información ³.

El teletexto es un medio de comunicación basado en una infraestructura tecnológica y productiva. Su desarrollo material, su difusión social y su funcionamiento comunicativo dependen de la asignación de recursos humanos, materiales y financieros a tales fines. La gestión de estos recursos implica la existencia de una compleja organización productiva. Esta organización es necesaria para la producción de equipos, el despliegue y mantenimiento de infraestructuras, el desarrollo de los soportes lógicos para la automatización de la actividad comunicativa o el abastecimiento continuado de información a los centros de servicios de teletexto. De la existencia de esta organización depende, directa o indirectamente, toda la actividad comunicativa realizada a través del medio.

³ Al enunciar así este concepto, nos situamos en el ámbito específico de una "Teoría General de la Comunicación". Cf.: M. MARTIN SERRANO y otros. *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y Análisis de la Referencia*, 1982, pág. 13.

1.1. LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS.

Las noticias desde una perspectiva economicista son productos elaborados por unas instituciones, que se encargan de su tratamiento y distribución, poniéndolas al alcance de unos clientes para que sean consumidas por éstos.

Desde el punto de vista de la comunicación, que es el que nos ocupa, las noticias son productos comunicativos elaborados y distribuidos por los medios de comunicación (medios de comunicación de masas en nuestro caso) destinados a un público o una audiencia para que elabore una determinada representación de lo que acontece.

“El producto comunicativo de los MCM es un objeto fabricado para servir como soporte a la información cuya peculiaridad, respecto a cualquier otro tipo de objetos, reside en que propone al usuario una elaboración de datos en los que está implícito un punto de vista a propósito de lo que acontece.”⁴

La fabricación de noticias en la comunicación de masas requiere de la presencia de unos equipamientos tecnológicos que poseen unas características expresivas y formales que confieren al producto comunicativo unas determinadas peculiaridades (textos, imágenes, etc). Al mismo tiempo necesitan de unos equipos humanos a los que se les asignan distintas funciones profesionales y organizativas. Y por último conlleva unos determinados

⁴ MARTIN SERRANO, M. *La producción social de comunicación*. Madrid, Alianza Universidad, 1986.

objetivos económicos, sociales, políticos, etc., por parte de la empresa comunicativa.

La práctica comunicativa se desarrolla en tres fases interdependientes que hacen que los productos comunicativos cumplan una finalidad social:

1. Producción de Información.
2. Distribución de Información.
3. Consumo de Información.

La producción de noticias es una práctica compleja e interrelacionada con las fases de distribución y consumo de la información.

La producción de noticias en el modelo de comunicación de masas requiere en primer lugar de una selección de los acontecimientos que se producen en el entorno social, de los que dan cuenta unas instituciones comunicativas especializadas y aceptadas socialmente para dar pública noticia de lo que sucede. También requiere de unos profesionales encargados de confeccionar una visión del acontecer, mediante la selección y tratamiento de unos datos de referencia.

Los medios de comunicación se encargan de difundir una determinada visión de los hechos que se producen, mediante unos equipamientos tecnológicos, ofreciendo unas representaciones de la realidad que se ajusten a los intereses de la audiencia.

El estudioso italiano Umberto Eco⁵ circunscribe la producción de noticias a la intervención de tres *mundos* distintos e interrelacionados:

- El mundo “real”
- El mundo de referencia
- El mundo posible

Donde el mundo “real” es la fuente que produce los acontecimientos que el periodista utilizará para confeccionar la noticia. Los mundos de referencia son construcciones culturales que establece el periodista según su enciclopedia. Y el mundo posible es el mundo narrativo construido por el sujeto enunciator a partir de los otros dos mundos citados.

Los acontecimientos seleccionados en el entorno social requieren por parte de los profesionales de los medios de comunicación de un proceso de semantización por el cual dichos acontecimientos ocurridos en la realidad social son incorporados, bajo la forma de significaciones, a los contenidos de la comunicación de masas. La semantización⁶ es, en otras palabras, el proceso por el cual la realidad observada se transforma en materia apta para comunicarla a la audiencia.

La producción de noticias es una práctica institucional definida principalmente en términos de las actividades o interacciones de los

⁵ Citado en RODRIGO ALSINA, M. *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós, pág. 188.

⁶ Para profundizar sobre el proceso de semantización que se lleva a cabo en la producción de información ver: CASASUS, J. M. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, DOPESA, 1972, pág. 65-66.

periodistas en el escenario, o las situaciones de las salas de redacción, las reuniones, las competencias y los muchos contextos de recopilación de noticias.

El trabajo periodístico informativo es una tarea organizada que se realiza en una institución con unos determinados condicionantes productivos. Golding y Elliot⁷ (1979) describen la producción de noticias a partir de cuatro procesos:

1. Planificación. Se fijan a largo plazo los acontecimientos previsibles para prever los recursos y asignarlos. A corto plazo se fija la cobertura de las noticias del día.

2. Recopilación. Los reporteros y corresponsales recogen material para noticias y lo llevan a la redacción.

3. Selección. Se recoge el material de los reporteros, corresponsales, el difundido por las agencias y se criba hasta un número limitado de ítems para la transmisión final.

4. Producción. Los ítems se ordenan y tratan para una presentación adecuada y son preparados tal y como van a ser difundidos.

Cada medio de comunicación tiene sus características propias y sus limitaciones formales y tecnológicas que determinan la producción de su información. Los hechos que se producen en la sociedad son conocidos a través de los medios de comunicación de masas y se construyen por su actividad discursiva.

7

GOLDING, P. y ELLIOT P. *Making the News*. Londres, Longman, 1979.

La labor periodística está legitimada socialmente para producir las visiones sobre los acontecimientos que se consideran socialmente relevantes. El periodismo se convierte en la profesión socialmente institucionalizada para confeccionar las representaciones de la realidad pública.

En las teorías clásicas sobre la noticia se presentaba a los medios de comunicación como meros transmisores de información; como mensajeros objetivos de la realidad. Los medios son considerados como los espejos en donde observar lo que sucede en el mundo. Los conceptos de objetividad y verdad van asociados a la profesión periodística y especialmente a los contenidos canalizados por los medios de masas. La objetividad se entiende sobre todo como la especialización del periodista en la narración directa y sin mediaciones de lo que se considera la «realidad», los acontecimientos.

La aparición de algunos casos de noticias falsas en algunos periódicos y el de algunos periodistas que relatan noticias como si estuvieran en directo en el desarrollo de los acontecimientos sin estar presentes, produjo una pérdida de credibilidad de los medios, que trató de ser subsanada estableciendo una serie de procedimientos que garantizaran la objetividad de la información.

Tuchman reconoce tres campos, y no sólo el de los contenidos, que condicionan el concepto de objetividad⁸: a) la forma de la noticia, b) las relaciones en el interior de la organización, c) los contenidos de las noticias.

⁸ Desde la profesión periodística se sentaron las bases para sostener la objetividad en el relato, que son recogidos por Tuchman, y se pueden sintetizar en cinco puntos:

1. Presentar la posibilidad de contrastar la pretendida verdad, señalando claramente las fuentes.
2. Presentación de pruebas suplementarias ulteriores que reafirmen un hecho.
3. El uso de comillas. Se pone el texto en boca de otro. Supone un distanciamiento del periodista con respecto a las opiniones de los personajes.
4. Estructuración de la información de una forma adecuada. Es decir, se presentan en primer lugar los

Posteriormente se observó que los medios de comunicación no podían ser tan objetivos y neutrales ante los acontecimientos que relataban, ya que realizan unas labores de *mediación* entre lo que acontece y lo que aparece en dichos medios.

La producción de noticias se concibe entonces como un proceso de mediación por parte de los responsables de confeccionar las visiones de la realidad, que las vehiculan hacia las conciencias de los individuos. Ofreciendo representaciones consolidadas para que no puedan ser rechazadas cognitivamente.

Gabriel Elorriaga⁹ define al profesional de la información o periodista como el intermediario entre la realidad social y la reflexión individual.

Los producción periodística de la noticia está afectada por una serie de limitaciones que infieren o median entre el desarrollo del acontecer y el producto final que va a ser difundido al público.

La primera de las limitaciones vendría dada porque los medios de comunicación no pueden dar cuenta de todos los acontecimientos que se producen en el entorno social. Por lo que deben seleccionar, atendiendo a unos criterios informativos y de interés general, tan sólo unos pocos hechos noticiables entre los muchos que acontecen.

hechos esenciales.

5. Separación de la información de la opinión, los hechos de los comentarios.
TUCHMAN, G. *La producción de la noticia*. Barcelona, Gustavo Gili, 1980, pág. 188 y sgtes.

⁹ ELORRIAGA, G. *Información y política*. Madrid, Editora Nacional, 1964, pág. 51.

En segundo lugar, aun en el caso de que el periodista asistiera *in situ* al desarrollo del acontecimiento, debe elegir un punto de vista de entre los muchos que aparecen en un hecho noticiable; que se ajuste a sus expectativas profesionales y personales, así como a la ideología y expectativas económicas, políticas o sociales del medio para el que trabaja; y, por último, que se asemeje a los modelos cognitivos institucionalizados de las audiencias.

En el caso de que la información con la que va a elaborar la noticia no provenga de su experiencia directa, sino de una fuente, se producirá lo que U. Eco denomina una «situación de idealismo objetivo». “El periodista que parece que explique un hecho, en realidad lo que hace es explicar el testimonio de un presunto hecho. Nos podemos encontrar pues ante la producción de noticias por medio de noticias”.

En tercer lugar, la fabricación de la noticia viene constreñida por el medio de comunicación de que se trate: por las limitaciones materiales (de espacio, tiempo o de ambos) que afectan a la cantidad y el tratamiento de la información que puede utilizar para el relato de una noticia. Con lo que el mediador en determinadas ocasiones se verá en la tesitura de tener que seleccionar entre la información de los hechos, aquella relativa a los datos más relevantes.

Con todas estas limitaciones el profesional de la información, del teletexto en esta ocasión, debe realizar una tarea intelectual al mismo tiempo que física, para seleccionar los datos de referencia que sean pertinentes para cumplir el fin último de la comunicación, que no es otro que transmitir una representación de la realidad que sea aceptada y asimilada socialmente por la

audiencia, sin que le suponga ninguna disfunción cognitiva de acuerdo a sus intereses, expectativas y necesidades.

1.1.1. Concepto de noticia.

El estudio que iniciamos se encuadra dentro de la investigación social sobre comunicación y más concretamente en el estudio de las noticias como fenómeno social.

En primer lugar convendrá especificar qué se entiende por noticia y cuál es la definición que mejor se ajusta a nuestra investigación.

Conviene precisar que no existe un concepto universal de noticia, sino que la noticia es un producto de una sociedad concreta en un determinado momento.

La noticia ha sido tradicionalmente concebida en torno a dos grandes corrientes:

1- La noticia como reflejo o espejo de la realidad. Esta es la concepción tradicional de noticia postulada por los autores Cole, R. y Grey, D. 1972. La objetividad es la premisa básica de la actividad informadora o periodística. Dentro de esta concepción de noticia se admite que aparezca el punto de vista del informador, pero sólo a la hora de seleccionar algunos elementos del acontecimiento.

2- La noticia como construcción de la realidad. Trata de analizar la función de los informadores y de los medios. “La noticia no espeja la

realidad. Ayuda a constituir la como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define y da forma a ese suceso... La noticia está definiendo, constituyendo y reconstituyendo permanentemente fenómenos sociales.”¹⁰

Otros autores, dentro de esta misma corriente, como Rodrigo Alsina, “la definen como una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible.”¹¹

La definición de noticia de este segundo grupo se ajusta más a nuestros objetivos, aunque desde la Teoría de la Comunicación se aporta una concepción del acontecer que sirve de utilidad a nuestro estudio de las noticias.

Conviene hacer algunas aclaraciones terminológicas en cuanto a los niveles en los que operan los medios de comunicación desde el momento en que se produce un cambio en el entorno social hasta que ese cambio es seleccionado como un objeto de referencia que sirve para la comunicación de masas.

Manuel Martín Serrano en *La Producción Social de Comunicación*¹² ofrece una serie de definiciones que resultan de utilidad para

¹⁰ TUCHMAN, G. *La producción de la noticia*. Barcelona, Gustavo Gili, 1980, pág. 197-198.

¹¹ RODRIGO ALSINA, M. *La construcción de la noticia*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1996, pág. 185.

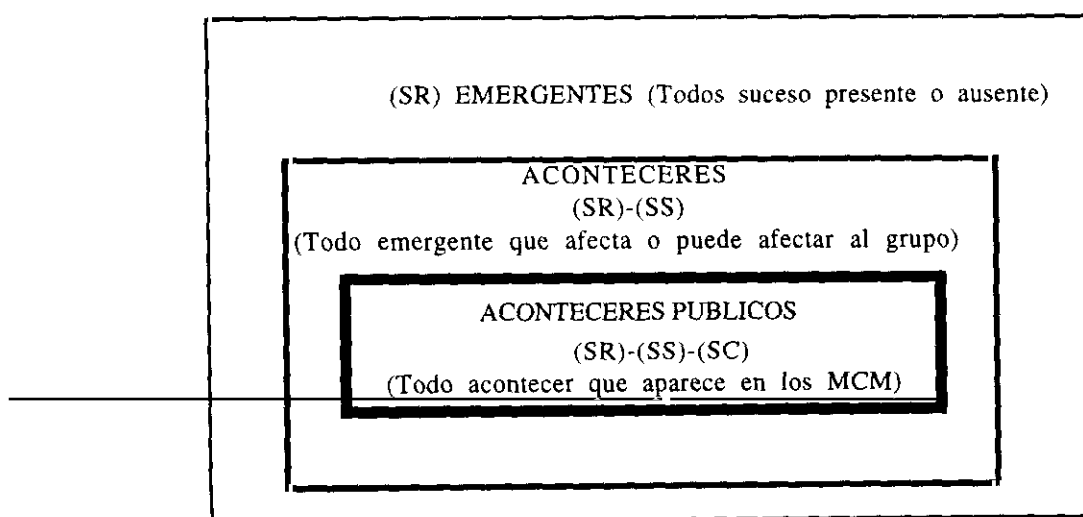
¹² MARTÍN SERRANO, Manuel. *La Producción Social de Comunicación*. Madrid. Alianza Editorial. 1986, pág. 119-121.

comprender las afectaciones entre los Sistemas de Referencia, Social y Comunicativo.

a) Emergente: Algo que ocurre (o deja de ocurrir) en el entorno, en cualquier lugar y en cualquier tiempo, cualesquiera que sean sus causas y efectos.

b) Acontecer: Un emergente que como consecuencia de su ocurrencia (o no ocurrencia) afecta o puede afectar a un grupo social concreto, durante el período de tiempo que es objeto de observación.

c) Acontecer Público: Aquel acontecer a propósito del cual se ocupan los MCM. Cualquier emergente (cosa, objeto, suceso, observación, idea, norma, relación, etc.) que por su presencia o ausencia afecta o puede afectar a la comunidad y cuyo conocimiento puede ser compartido por los miembros de aquélla, porque ha sido seleccionado como objeto de referencia por las instituciones que tienen a su cargo dar noticia pública de lo que acontece.



1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN (I). ESTUDIOS SOBRE LA NOTICIA.

El análisis de las noticias ha sido objeto de múltiples estudios abordados desde perspectivas distintas atendiendo a los momentos históricos en los que se producen y a los objetivos que se persiguen.

La noción de noticia es demasiado amplia y ambigua por lo que convendrá situarla dentro del marco de los medios y de la comunicación de masas para poder entender mejor los análisis que se han llevado a cabo en torno a las noticias.

Teun A. Van Dijk¹³ propone tres conceptos de noticia en el seno de los medios de comunicación de masas:

1. Nueva Información sobre sucesos, objetos o personas.
2. Un programa tipo (de televisión o de radio) en el cual se presentan ítems periodísticos.
3. Un ítem o informe periodístico, como por ejemplo un texto o discurso en la radio, en la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes.

La noticia no queda definida plenamente en ninguno de los tres puntos anteriores, aunque la concepción del apartado 3 se ajusta mejor al concepto que ha sido manejado en los estudios sobre comunicación.

¹³ VAN DIJK, T. A. *La noticia como discurso*. Barcelona, Paidós, 1990, pág. 21.

La noticia ha sido estudiada frecuentemente desde la perspectiva periodística. Dichos trabajos en la mayor parte de los casos se centran en las rutinas del periodista para la producción de noticias, en el estilo de redacción, etc. También son muy habituales los estudios periodísticos que se centran en el tratamiento de un acontecimiento determinado, como por ejemplo temas o sucesos políticos, sociales o económicos de especial relevancia.

Algunos estudios tratan de llegar más lejos y procuran demostrar cómo las noticias no sólo dependen de los hechos sino también de la estructura organizativa de la producción de noticias; cómo se manipulan y deforman los hechos noticiables y como se someten al control institucional o político (Epstein, 1973. Gans 1979. Bagdikian, 1983)

Estos trabajos no se ajustan al rigor científico del análisis sistemático, sino que se trata más bien, siguiendo las palabras de Van Dijk, de *“relatos observacionales de la realidad”*

De estos primeros estudios periodísticos superficiales se pasó a análisis de observación participante, que tratan de explicar cómo la fabricación de las noticias reconstruyen acontecimientos sociales. Son investigaciones sociológicas en las que se trata de forma más sistemática el proceso de fabricación de noticias por parte de los profesionales de la información. Los periodistas detectan acontecimientos, los interpretan como sucesos con sentido, investigan su naturaleza fáctica y la reconstruyen en historias.

También Tuchman realiza análisis sociológicos sobre la producción de las noticias desde una perspectiva participante, lo que le permite tener

acceso a información de primera mano sobre las tareas de periodistas, editores e instituciones comunicativas lo que le permite descubrir que las noticias no son una imagen de la realidad, que puede ser verdadera, falsa o deformada, sino parte de un proceso a través del cual se construye rutinariamente el entorno social.

La mayor parte de los estudios citados anteriormente se produjeron en Estados Unidos; en Europa los estudios sobre medios de comunicación y noticias se enmarcan en la tradición de sociología política de orientación marxista. Autores como Barthes, Foucault, Derrida, o Althusser ponen el énfasis en el análisis ideológico desde la perspectiva histórica y socioeconómica de la lucha de clases, bajo la influencia del estructuralismo francés. Se trata de trabajos más empíricos y macrosociológicos que ponen especial atención en el análisis sistemático del contenido.

Paralelamente en Inglaterra surgen otro tipo de trabajos sobre el análisis de las noticias, pero no desde la perspectiva marxista y menos influídos por el estructuralismo francés. Se trata de estudios político-sociales que analizan los medios de comunicación y sus programas informativos desde la perspectiva de que los mensajes que transmiten no son transparentes, sino que tienen más bien una estructura lingüística y narrativa compleja, “los medios de comunicación no son un mediador neutral, lógico o racional de los acontecimientos sociales, sino que ayudan básicamente a reproducir ideologías reformuladas.” (Hall,1980)¹⁴.

¹⁴

Citado en VAN DIJK, T. A. *La noticia como discurso*. Barcelona, Paidós, 1990.

Proporcionan un análisis crítico sobre los medios, prestando atención a la naturaleza ideológica de la reconstrucción que los medios hacen de la realidad social como una forma de reproducción de las fuerzas dominantes y las ideologías en la sociedad.

También algunos autores alemanes desarrollan estudios sobre los mensajes informativos más cercanos a los trabajos británicos mencionados, y que se basan en un enfoque lingüístico, semiótico o analítico del discurso periodístico y del lenguaje informativo.

Así, Strassner publicó una serie de trabajos que muestran la naturaleza interdisciplinar de los estudios alemanes de los mensajes periodísticos, analizando la producción de noticias, la recepción y el contenido o los propios programas. También se desarrollan análisis de las relaciones de texto e imágenes en los programas informativos en televisión.

1.2.1. Las noticias como Construcción Social de la Realidad.

Desde la sociología funcionalista de la Mass Communication Research encarnada principalmente por Laswell, se propone un marco conceptual para el análisis de los medios de comunicación y de los productos que generan. De la premisa fundacional *¿Quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto?* que propone Laswell se desprenden una serie de campos para la investigación comunicativa:

Análisis del Control.

Análisis de Contenido.

Análisis de los Medios de comunicación o soportes.

Análisis de la Audiencia.

Análisis de los Efectos.

En la práctica se ha dado prioridad en los estudios sobre comunicación a dos de estos campos por encima del resto: “el análisis de los efectos y, en estrecha relación con éstos, el análisis de contenido que aporta al investigador elementos susceptibles de orientar su aproximación al público.”¹⁵

1. Análisis de Contenido.

El análisis de contenido es definido por Bardin¹⁶ como “un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes....cuyo propósito es la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción (o eventualmente de recepción), con ayuda de indicadores (cuantitativos o no)”.

Desde la perspectiva cuantitativa se han desarrollado análisis de contenido, sobre todo en cuanto a los géneros informativos, al tipo de noticias o a la tematización de las mismas. Esta metodología aspira según

¹⁵ MATTELART, A y M. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1996, pág. 20.

¹⁶ BARDIN, L. *Análisis del discurso*. Madrid, Ediciones AKAL, 1986, pág. 29.

Berelson¹⁷ a la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones.

Debido al interés de los lingüistas en Gran Bretaña por el estudio de las noticias y de sus relaciones con los investigadores en comunicación, la línea de investigación británica sobre medios de comunicación pone el énfasis en un análisis de contenido de los medios basado en el estudio sistemático del discurso periodístico tanto en cuanto a la tematización, como al estilo y su retórica. Se trata de dar respuesta a preguntas como: “¿Cuáles son las pautas de selección? ¿Cuáles son las limitaciones ideológicas y burocráticas? ¿Qué acontecimientos se cubren? ¿Qué categorías y modelos de causalidad se utilizan para explicar las desviaciones en los medios? ¿Cuáles son los modelos presentados en las noticias como dominantes y dados por seguros?, o: ¿qué mitos utilizan los medios?”¹⁸

En torno a los años ochenta surge una nueva línea de investigación interdisciplinaria que combina el análisis lingüístico, el discurso analítico, psicológico y sociológico del discurso informativo y de los procesos periodísticos. Se trata de la disciplina denominada análisis del discurso, que surge a partir de otras disciplinas de las humanidades y de las ciencias sociales, como la lingüística, la semiótica, la antropología, la sociología y la comunicación. Este análisis considera el discurso de los medios, y por lo tanto la noticia, como una forma particular de práctica social, institucional.¹⁹

¹⁷ BERELSON, B.B. *Content analysis in communication research*. Nueva York. The Free Press, Glencoe; Hafner Publishing Co., 1971

¹⁸ VAN DIJK, T. A. *La noticia como discurso*. Barcelona, Paidós, 1990, pág. 21.

¹⁹ “El componente textual analiza sistemáticamente las diferentes estructuras del discurso periodístico en diferentes niveles. El componenete contextual analiza los factores cognitivos y sociales, las

2. Análisis de los efectos.

Los trabajos dedicados al análisis de los efectos que tiene la comunicación en los receptores han sido muy numerosos. Conocer las reacciones de los receptores al recibir los mensajes de los medios de masas ha sido uno de los objetivos primordiales de las investigaciones en comunicación, con el fin de adivinar el comportamiento colectivo.

En torno a los años veinte se desarrolló la idea de la omnipotencia de los medios de comunicación. Surgen así teorías con distintas denominaciones: “teoría de la bala mágica”, “teoría de la aguja hipodérmica”, “teoría de la transmisión en cadena”. Todas ellas tenían en común la idea de que los mensajes incidían directamente sobre el receptor, y de que la información era recibida de manera uniforme por todos los miembros del público que reaccionaban inmediatamente y de forma similar.

Estas teorías provenían del desarrollo de la sociología conductista y trataban de averiguar las estrategias del emisor para llevar a cabo la manipulación de los receptores. Los efectos de la propaganda nazi sirvieron para corroborar la utilidad de las teorías de la maximización de los efectos.

1.2.2. Situación actual de la investigación comunicativa.

En la década de los años cuarenta se empieza a comprobar que la psicología conductista es inadecuada para el estudio de los efectos de los

condiciones, lo límites o las consecuencias de estas estructuras textuales, e indirectamente, su contexto económico, cultural e histórico.” VAN DIJK, T. A. *La noticia como discurso*. Barcelona, Paidós, 1990, pág. 250.

medios de comunicación de masas. Así se comienzan a realizar trabajos empíricos de psicología experimental y de psicología social, que cambian su centro de atención del emisor a la audiencia. Se demuestra que los receptores no son una masa homogénea, sino que cada miembro del público tiene sus características. Se trabajó en descubrir las características personales y sociales del público, y es aquí donde surge la idea de la influencia del grupo. Kurt Lewin analizó las relaciones personales en los grupos pequeños y la influencia y la comunicación en el grupo.

En este sentido, cabe señalar que las investigaciones más recientes se preocupan menos del análisis de efectos inmediatos de la actividad comunicativa desarrollada a través de los medios, para plantear en sus estudios problemas relacionados más bien con las consecuencias de esta actividad a largo plazo. Otras innovaciones se refieren también a la clase de efectos que se toman en cuenta, detectándose una mayor preocupación por la dimensión cognitiva de estos efectos, lo cual conlleva un desplazamiento del marco temporal en el que se inscriben estas consecuencias. Si en la investigación tradicional la atención se centraba en el estudio de los efectos originados por cada mensaje, en las nuevas tendencias se tiene en cuenta cada vez más las consecuencias acumulativas de la exposición a los medios. Otra modificación importante se refiere al abandono de las hipótesis derivadas del behaviorismo que estaban basadas en el supuesto de la existencia de una influencia directa e inmediata de la acción comunicativa en el comportamiento del receptor. Ahora, sin embargo, al derivar la atención hacia problemas más generales, los nuevos estudios sobre comunicación ponen el acento en la idea de que la acción de los medios de comunicación se

encuentra implicada en el proceso general de enculturización, compartiendo esta tarea con otros agentes socializadores.

En el marco de estas consideraciones sobre el cambio de paradigma podemos señalar la aportación de los estudios relativos a la *agenda-setting* que en palabras de M. Wolf "... al poner el acento en esta creciente *dependencia cognoscitiva* de los media, se basan en la hipótesis de la existencia de un impacto directo -aunque no inmediato- sobre los destinatarios, que se configura a partir de dos niveles: a) el <<orden del día>> de los temas, argumentos , problemas, presentes en la agenda de los media; b) la jerarquía de importancia y de prioridad con la que dichos elementos son dispuestos en el <<orden del día>>.”²⁰.

Los antecedentes de este modelo de análisis de los efectos se encuentran en autores como Lippman (1922), Park (1925) y sobre todo Cohen (1963), que fue quién formuló la célebre afirmación que “la prensa, en la mayoría de las ocasiones, no tiene éxito diciendo a la gente que ha de pensar, pero continuamente tiene éxito diciendo a sus lectores sobre que han de pensar”²¹

Los estudios de *agenda-setting* basan sus planteamientos en una hipotética capacidad de los medios de comunicación de masas para proporcionar a los receptores sistemas estructurados de conocimiento, referidos tanto a un orden del día, como a la jerarquía de ese orden.

²⁰ WOLF.M. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona, 1987, pág. 165-166.

²¹ Citado en: RODRIGO ALSINA, M. *La construcción de la noticia*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1996, pág. 62.

El efecto de agenda-setting es distinto para cada medio, aunque todos caen en él, incluso el sistema informativo en su conjunto. Esta diferencia lleva a considerar la distinta capacidad de generar influencia según de que medio se trate; de igual modo, hay que señalar que el poder de los medios a la hora de incidir sobre la valoración de lo que es importante y relevante varía de unos a otros. Esta valoración cambiará según el tema que se aborde y el grado de conocimiento que la gente posea de antemano sobre el mismo: cuanto menor sea este conocimiento, mayor será la dependencia de la información suministrada por los medios de comunicación a la hora de contextualizar su interpretación. Por último, en el proceso de tematización, cada medio sitúa el marco interpretativo en torno a un elemento distinto; mientras la prensa, por ejemplo, lo centra en la memoria del pasado, los medios audiovisuales hacen mayor hincapié en la actualidad.

En otro orden de cosas, es necesario también señalar que la mayor parte de los trabajos realizados sobre la agenda-setting, recogiendo la tradición anglosajona impulsada desde la Escuela de Palo Alto, reconocen la importancia que tienen los contactos interpersonales en la construcción de la imagen que sobre la realidad se forma el receptor. Esta representación es el resultado final de la articulación de datos de muy distinta procedencia, y por lo tanto se relativiza la importancia del aporte que corresponda a una situación comunicativa concreta.

Cabe señalar, siguiendo con palabras de M. Wolf, que “la hipótesis de la agenda-setting en su estado actual, por tanto, es más un núcleo de observaciones y de conocimientos parciales, susceptible de ser ulteriormente articulado e integrado en una teoría general sobre la mediación simbólica y

sobre los efectos de realidad operados por los mass media, que un definido y establecido paradigma de análisis”²².

La investigación de la agenda-setting ofrece un paradigma para el análisis de la recepción. Existen, no obstante, otras esferas de la actividad comunicativa no menos importantes que la anterior, que también han sido objeto de investigación. En los párrafos siguientes se detalla el estado de la cuestión en lo concerniente al análisis de los emisores.

Los estudios sobre los emisores, han sido abordados desde enfoques muy distintos. De entre todos ellos cabe destacar las aportaciones que han derivado del análisis de la función de “gatekeeper” (guardabarreras) que se asocia al profesional de los medios de comunicación. Estas investigaciones han combinado la perspectiva sociológica y la propiamente comunicativa, basándose fundamentalmente en las contribuciones provenientes de la Sociología del Conocimiento y, en general, de los estudios sobre los fenómenos culturales. Sin embargo, sus objetivos se extienden al análisis de las constricciones que condicionan la propia práctica de la producción comunicativa. Recurriendo de nuevo a Wolf, la perspectiva que ofrecen estas investigaciones podría resumirse de la siguiente manera: “De los media -que constituyen un núcleo central de la producción simbólica en las sociedades actuales- es necesario conocer no sólo los sistemas de valores, de representaciones, de imaginario colectivo que proponen, sino también la

²². WOLF.M. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona, 1987, pág. 164.

forma, los procesos, las restricciones y limitaciones con los que se lleva a cabo”²³.

La investigación sobre el gatekeeper, cuyo concepto fue propuesto desde la psicosociología por K. Lewin, pone en relación el contenido de los medios con el trabajo de selección de noticias llevadas a cabo por el profesional de la información. Según la hipótesis tradicional, la orientación de esta selección no reside en el público-receptor, sino en el grupo de referencia, esto es, los colegas o en su caso los superiores. En este sentido se manifiesta G. Tuchman, cuando afirma: “me encontré con que el profesionalismo informativo se ha desarrollado en conjunción con las modernas organizaciones informativas, y que las prácticas profesionales sirven a las necesidades de la organización. Ambas, a su vez, sirven para legitimar el *statu quo*, complementándose mutuamente en la tarea de reforzar los arreglos sociales contemporáneos, aun cuando ocasionalmente compitan por el control de los procesos del trabajo y por el derecho a identificarse con las libertades de prensa y de expresión”²⁴.

La función de gatekeeper, como afirma Saperas²⁵, adquiere, por todo ello, una gran importancia para la definición de la capacidad de establecimiento de la agenda temática, y en ella localizamos la primera manifestación de la agenda de los medios.

²³ WOLF.M. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona, 1987, pág. 209-210.

²⁴ TUCHMAN.G. *La producción de la noticia*. Gustavo Gili, Barcelona, 1983, pág. 17.

²⁵ SAPERAS, E. *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Barcelona, Ariel, 1985, pág. 60.

Tanto la figura del gatekeeper, como el establecimiento de la agenda de temas, ponen de manifiesto el carácter mediador de los medios de comunicación de masas, “Al seleccionar y prestar atención a unos temas e ignorar y silenciar otros determinan los estímulos que va a recibir el público.”²⁶

La comunicación de noticias desde estas teorías es, en realidad, subjetiva, y depende de las propias experiencias, actitudes y expectativas del gatekeeper. El modelo del guardabarreras de la información fue sometido a revisión por diversos autores, entre ellos, Mc Quail y Windahl (1984), que recogieron las siguientes críticas:

- El modelo no tiene en consideración los factores organizativos que constriñen y dirigen el proceso, y se presta más bien a interpretaciones personalistas.
- El modelo sugiere que sólo hay un área principal de paso obligatorio.
- El modelo implica una actividad más bien pasiva en lo que se refiere a la circulación de las noticias: da la impresión de que hay una circulación continua y libre de un gran elenco de noticias, del que solamente se utilizará una parte, en conformidad con las pretensiones de un periódico determinado.

Otra línea de análisis, convergente con la anterior, gira en torno a las investigaciones sobre “Newsmaking”. Estos estudios inciden en la toma en

²⁶ BUCETA FACORRO. L. *Fundamentos psicosociales de la información*. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, 1992, pág. 216.

consideración de la “noticiabilidad” como elemento de control del aparato informativo.

En palabras de TUCHMAN: “La noticia es una ventana al mundo (...), la noticia tiende a decirnos que queremos saber, qué necesitamos saber, y qué deberíamos saber. Pero, como todo marco que delinea un mundo, el marco de la noticia puede considerarse problemático. La visión a través de una ventana depende de si la ventana es grande o pequeña, si tiene muchos o pocos cristales, si el vidrio es opaco o claro, si la ventana da cara a una calle o a un patio. La escena que se despliega depende también de donde está uno, lejos o cerca, alargando el cuello hacia un costado o mirando recto hacia adelante, con los ojos paralelos a la pared en la que está colocada la ventana”.²⁷

La noticia es además, en opinión del autor de la cita anterior, ante todo una institución social. En segundo término, la noticia es una aliada de las instituciones legitimadas. Y en tercer término, la noticia es localizada, recogida y diseminada por profesionales que trabajan en organizaciones. De tal manera que es inevitablemente un producto de los informadores que actúan dentro de procesos institucionales y de conformidad con prácticas institucionales.

El interés por conocer cuáles son y cómo operan esos factores institucionales que condicionan la producción de información delimita un ámbito de la sociología de la comunicación en el que se inscriben la mayoría de las actuales investigaciones sobre rutinas profesionales.

²⁷

TUCHMAN.G. *La producción de la noticia*. Gustavo Gili, Barcelona, 1983, pág. 13.

En definitiva, los estudios sobre el gatekeeper y el “newsmaking”, al hacer incapié en los factores organizativos y estructurales que condicionan la producción de la noticia, contribuyen a esclarecer los mecanismos que operan en la distorsión informativa.

Cualquier propuesta teórica que trate sobre la comunicación socialmente organizada, tendrá que ocuparse de estudiar forzosamente la naturaleza, el uso y los efectos de esa clase de comunicaciones humanas, su interdependencia con el progreso tecnológico, las condiciones políticas, económicas, culturales o ideológicas, así como del nexo que las vincula con los posibles procesos históricos de cambio social que se dan en el seno del grupo humano donde se desarrollan.

1.2.3. ¿Cómo abordar el estudio de las noticias?

El estudio de las noticias se enmarca, de una forma general, dentro de las investigaciones relativas a los procesos sociales y culturales. Particularmente se centra en el estudio de las instituciones, los contenidos y las audiencias de los medios de comunicación de masas.

Las metodologías o sistemas de investigación sobre los fenómenos sociales o culturales se han llevado a cabo mediante dos sistemas de investigación diferenciados, (aunque comparten fines, medios y objetos).

Según K. B. Jensen²⁸ las características de estos dos sistemas de investigación son las siguientes:

1. Perspectiva cuantitativa.

Concibe la comunicación como informaciones o temas concretos que transmiten significado a través de los medios de masas, conlleva un enfoque externo. Se concentra en la recurrencia de elementos formalmente similares en distintos contextos, que se pueden manipular mediante el experimento, produciendo efectos que se pueden medir. Se centra en productos delimitados, concretos de la producción de significado de los medios.

2. Perspectiva cualitativa.

Concibe la comunicación como significados contextuales o fenomenológicos, conlleva un enfoque interno. Se concentra en la aparición de sus objetos analíticos en un contexto específico; los contenidos de los medios dan lugar a una experiencia única, a través de la exégesis. Se centra en la producción de significado como un proceso que se contextualiza en las prácticas sociales y culturales.

²⁸ JENSEN, K. B. y JANKOWSKI, N. W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch Comunicación, 1993.

CUANTITATIVA	CUALITATIVA
Información	Significado
Externo	Interno
Recurrencia	Aparición
Experimento	Experiencia
Medida	Exégesis
Producto	Proceso

Perspectivas metodológicas clásicas de los estudios de contenido. En JENSEN, K. B. y JANKOWSKI, N. W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch Comunicación, 1993. (Pág. 13).

El problema que se le plantea al investigador es indagar en la complementariedad de ambos sistemas analíticos, y en averiguar en qué punto y en qué términos son compatibles para la investigación científica de los medios y productos comunicativos. “Tomemos la oposición del cuantitativo al cualitativo, del contenido manifiesto al contenido latente, del contenido a la “forma”, llegamos siempre a una conclusión del mismo tipo. La teoría de la cultura de masas se interesa, fundamentalmente, en el contenido latente de la comunicación y pone en primera línea los efectos del contexto y de la estructura. La teoría de la comunicación de masas desemboca necesariamente en el análisis estructural del mensaje”.²⁹

²⁹

BURGELIN, O. *La comunicación de masas*. Barcelona, ATE, 1974, pág. 80.

1.3. ESTADO DE LA CUESTIÓN (II). ESTUDIOS SOBRE EL TELETEXTO.

La implantación de los sistemas de teletexto desde su aparición en la década de los setenta ha ido asociado indisolublemente al número de propietarios de televisores con un codificador especial que permite su recepción. Aunque se han desarrollado servicios de teletexto en Canadá, Japón y Estados Unidos, el gran éxito de la venta de televisores equipados con decodificador pertenece a los países europeos. A finales de la década de los ochenta países como Italia, Holanda, Alemania o Inglaterra (Francia es un caso excepcional debido al cambio de la norma Antiope por la norma inglesa, y a la fuerte implantación del videotexto) recibían en más del cincuenta por ciento de los hogares servicios de teletexto. En España, en los primeros años de la década de los noventa se estimaba que el parque de televisores equipados con teletexto rondaba los tres millones de aparatos (cerca del 30 por ciento) y seguía creciendo.

La bibliografía sobre el teletexto es más bien escasa en España, pero es bastante abundante en los países europeos citados anteriormente. Dicha bibliografía aparece sobre todo en libros dedicados a los medios de comunicación de masas y a las nuevas tecnologías de la comunicación. En la mayor parte de los casos no se dedica al teletexto más que algún epígrafe o capítulo que en unas pocas páginas da cuenta de su historia, sus características tecnológicas, aproximación o distanciamiento con los medios clásicos, y algún esbozo de sus prospecciones de futuro.

La Unión Europea de Radiodifusión (UER) publicó un libro con los datos básicos del teletexto en todos los países europeos: *A Guide to teletext*

en Europe (1991). También han aparecido algunos artículos específicos en revistas especializadas dedicados al teletexto, centrados sobre todo en los aspectos técnicos y comunicativos.

Los análisis dedicados al teletexto en su conjunto o a algún aspecto específico del medio tratan generalmente de buscar respuestas a este tipo de preguntas: ¿quiénes leen el teletexto?, ¿durante cuánto tiempo?, ¿qué secciones son las más consultadas?, ¿cómo mejorar la comprensibilidad de las noticias?, etc. Así lo demuestran los estudios publicados sobre los teletextos en Alemania (Kulpok, 1985, Maletke, 1985 y Gericke, 1988), Austria (Müller, 1987), Dinamarca (Schmaltz, 1990), Estados Unidos (Tydeman, 1982), Finlandia (Nilsson, 1990), Francia (Valette, 1985), Holanda (Bekkers, 1989), Italia (Marcelli, 1991), Noruega (Solhom, 1990), Reino Unido (Greenberg, 1988), Suecia (Walleig, 1990) y Suiza (Marty, 1985).

En España no se han prodigado demasiado los estudios dedicados al teletexto, aunque conviene citar algunos trabajos interesantes que se han llevado a cabo tomando como objeto a dicho medio:

- "*Los Teletextos*". Tesina. José María Valle Torralbo (1980-81). Universidad Complutense de Madrid. El estudio da cuenta de las características técnicas del teletexto, de sus peculiaridades comunicativas, del desarrollo en otros países, de la comparación con otros medios, etc.

- "*Els serveis de teletext a Europa Occidental*". Tesis Doctoral. Montserrat Ginés Soler. Universidad Autònoma de Barcelona. La autora en esta tesis doctoral hace un recorrido exhaustivo del medio teletexto: características técnicas (sistemas de transmisión, de codificación y recepción), desarrollo del teletexto en los países de Europa Occidental,

implantación y grado de penetración del medio, organización y gestión, contenidos, aplicaciones socioculturales y perfil de los usuarios.

- *“Análisis de los teletextos.”* Antonio López de Zuazo. Revista de Ciencias de la Información. Nº 9. Madrid, 1994. El profesor de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y redactor del teletexto de TVE hace un pequeño análisis sociológico sobre el teletexto (centrado sobre todo en el servicio de TVE): parque de televisores equipados con decodificador en España y el resto de los países, edad y sexo de los usuarios, frecuencia y tiempo dedicado a la consulta, secciones más consultadas y comprensibilidad de la información.

- *“Análisis del contenido del teletexto de TVE”.* Antonio López de Zuazo. Informe interno de TVE.1992. Se trata de un análisis cuantitativo de las noticias de teletexto a lo largo de todos los días de una semana en distintas franjas horarias y el número de páginas destinadas en cada sección a las noticias.

- *“El teletexto en el ecosistema comunicativo español”.* Mariano Cebrián Herreros. TELOS. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad. Nº 1. Enero 1985. Mariano Cebrián en este artículo después de hacer una reflexión sobre las repercusiones que este nuevo medio tendrá en el sistema informativo, esboza un interesante planteamiento para el análisis semiótico de los contenidos del teletexto que bien podría servir de base a posteriores investigaciones o tesis doctorales sobre dicho medio.

En la Universidad Complutense se han leído dos tesis doctorales que dedican capítulos al teletexto: Orlando Carreño en la Facultad de

Filología y Angel de la Cruz en Ciencias Políticas. Esta última dedica un capítulo a la propaganda electoral en el teletexto.

1.4. OBJETO MATERIAL Y FORMAL DE ESTA INVESTIGACION.

La investigación que proponemos ha tomado como modelo de análisis el de las noticias del teletexto, en cuanto productos comunicativos que son elaborados y distribuidos por un medio de comunicación de masas.

Si bien, podemos decir, que las noticias de teletexto son el pretexto elegido para nuestra tesis debido a una serie de características particulares que sirven mejor que los productos de otros medios a nuestros objetivos:

- Las noticias de teletexto se presentan siempre con el mismo formato estandar.
- Las constricciones impuestas por el medio hacen que la cantidad de información en signos sea constante.
- Las limitaciones del formato de teletexto hacen que las noticias tengan que ser breves y escuetas, lo que permite más fácilmente aislar las clases de datos de referencia.

El análisis que se propone para la investigación de las noticias de teletexto, aunque tiene algunos aspectos específicos que difícilmente servirían para el estudio de la referencia de otros medios, en cuanto a su generalidad

bien podría ser extrapolado a la mayor parte de los productos comunicativos (noticias) del resto de medios de comunicación de masas.

En este tipo de prácticas científicas es habitual diferenciar el objeto material y el objeto formal de la investigación a realizar. El objeto material de estudio es el fenómeno concreto que se va a estudiar; mientras que el objeto formal se refiere a la perspectiva desde la cual se va a abordar su estudio.

OBJETO MATERIAL DE LA TESIS

El objeto material de esta investigación se circunscribe al análisis de la producción de la referencia informativa en la comunicación pública. Dicho análisis se ha llevado a cabo a partir de los productos comunicativos de los MCM. Concretamente, y por las razones esgrimidas anteriormente, se ha tomado como base para nuestro estudio el análisis de la confección de noticias de teletexto como contenidos específicos del medio, emitidas a lo largo de un año en cuatro servicios de teletexto españoles, tres de ellos de índole nacional y uno de carácter autonómico o regional.

OBJETO FORMAL DE LA TESIS

Una vez delimitado el objeto material, conviene exponer desde qué perspectiva se ha estudiado dicho objeto. Es decir, desde que punto de vista va a abordarse el análisis de la producción de la referencia informativa en la comunicación pública, y concretamente en los MCM.

La comunicación institucionalizada y, de manera especial, la que concierne a los procesos de comunicación pública, proporciona a los miembros de la comunidad productos comunicativos que suelen contener

relatos en los que se propone una determinada interpretación del entorno y de lo que en él acontece.

Los fenómenos comunicativos han sido estudiados desde la Sociología, desde la Psicología Social, desde la Antropología, etc. Sin embargo la disciplina desde la que nosotros abordamos los procesos comunicativos es la Teoría de la Comunicación, que estudia: "la capacidad que poseen algunos seres vivos para relacionarse con otros seres vivos intercambiando información"³⁰.

La tarea atribuida a las instituciones encargadas socialmente de elaborar tales productos, puede contextualizarse en la interrelación existente entre "organización social" y "visión del mundo". La comunicación está entonces implicada en los procesos de reproducción y cambio social.

La gente para posicionarse, relacionarse e incluso actuar ante los cambios que se producen en el entorno social recurre, entre otras fuentes (no hay que olvidar que los miembros de una sociedad también reciben información de sus contactos interpersonales, como la familia o la escuela), a los productos comunicativos provenientes de los medios de comunicación, que ayudan a reducir la indeterminación y a crear unas representaciones del mundo determinadas.

El modelo de MCM tiene como misión institucional la de la "vigilancia del entorno", dicha vigilancia consiste en "la sustitución del

³⁰ M.MARTIN SERRANO Y OTROS. *Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de la referencia*, Madrid, A. Corazón. Cuadernos de la Comunicación, nº 8, 2. edición, 1982, pág. 13.

entorno donde suceden los aconteceres por el entorno vicario donde se manejan datos. La comunicación de masas existe, precisamente, para establecer un tránsito desde el nivel existencial donde se transforma el mundo, al nivel cognitivo donde se modifica el conocimiento sobre el mundo.”³¹

Pero los MCM no pueden abarcar completamente el panorama del acontecer; entre lo que acontece en el mundo y lo que se conoce de ese acontecer a través de los productos comunicativos de los Medios de Comunicación de Masas se produce una pérdida de información, canalizada mediante el control de las instituciones comunicativas:

- Las instituciones informativas seleccionan aspectos del acontecer que se convierten así en "acontecerees públicos". No todo lo que ocurre en el entorno se convierte en objeto de referencia de la comunicación social, sino que para que un determinado acontecer se convierta en referente de la comunicación deberá ser seleccionado por las instituciones informativas en función, por ejemplo, de los fines que persigan.

- El segundo paso dado por el mediador es la presentación de lo seleccionado en las construcciones narrativas ofrecidas por las instituciones informativas. “El informador sea o no profesional, participe o no como testigo de lo que acontece, es un Mediador.”³²

³¹ MARTÍN SERRANO, Manuel. *La Producción Social de Comunicación*. Madrid. Alianza Editorial. 1986, pág. 108.

³² MARTÍN SERRANO, Manuel. *La Producción Social de Comunicación*. Madrid. Alianza Editorial. 1986, pág. 107-108.

Los mediadores comunicativos de los MCM a la hora de elaborar los relatos informativos sobre determinados objetos de referencia deben seleccionar una serie de datos de referencia (el informador observa sucesos y elabora datos³³) desde un cierto punto de vista sobre el que se va a informar. La elección de unos datos en detrimento de otros dependerá de los intereses, necesidades, prejuicios, etc. de los informadores, de las instituciones comunicativas, y de las audiencias.

Desde esta perspectiva, se han llevado a cabo estudios que conciben la noticia como un texto, como un relato, como un discurso, etc. En la investigación que nos ocupa, el concepto que proponemos para nuestro análisis es el de que la noticia es un conjunto organizado de clases de datos de referencia. De la jerarquización, estructura y tratamiento de estas clases de datos de referencia dependerán las visiones del mundo que se canalizarán a través de los productos comunicativos (noticias de teletexto), y que pasarán a formar parte del universo cognitivo de las audiencias.

Por tanto, el objeto formal de nuestra investigación, consistirá en el análisis de la producción de la referencia en las noticias del teletexto, entendidas como un conjunto organizado de datos de referencia. Dicho análisis se aborda desde la perspectiva general de la Teoría de la Comunicación. Y dentro de ella desde el ámbito concreto del análisis de los productos comunicativos elaborados a partir de modelos mediadores. Entendidos como procesos de mediación socialmente organizados.

³³ En el caso de las noticias de teletexto, el informador no suele ser testigo presencial de los hechos, por lo que la elaboración de los relatos se lleva a cabo a través de los datos seleccionados por otros mediadores (generalmente las agencias de noticias). Se puede decir que los mediadores o instituciones de teletexto elaboran datos a partir de datos.

CAPITULO 2.

MODELO TEORICO QUE SUSTENTA LA INVESTIGACION.

2.1. PRODUCCIÓN, INFORMACIÓN, Y COMUNICACIÓN PÚBLICA.

Esta tesis investiga la producción de noticias a través del sistema de comunicación pública; trata, por tanto, de una actividad humana socialmente regulada, un fenómeno que se estudia analizando los productos comunicativos difundidos por el teletexto.

Los seres humanos necesitamos comunicarnos, pero necesitamos también, servirnos de la comunicación para, entre otras cosas, disponer de aquella información elaborada por otros que nos permita situarnos y controlar en todo momento el entorno en el que vivimos.

Gran parte de esa información la obtenemos a partir de los recursos de comunicación pública que la comunidad pone a nuestro alcance. La disponibilidad de esta clase de productos informativos, su elaboración y su distribución, requieren del desarrollo de actividades comunicativas que implican procesos de producción socialmente organizados.

En la medida en que en la producción de información destinada a la comunicación pública se dan tales procesos, cabe la posibilidad de enunciar

genéricamente el problema de cómo se ha elaborado esa información como un fenómeno que concierne tanto a lo social como a lo comunicativo.

El estudio de la interrelación entre la Sociedad y la Comunicación, o si se prefiere entre los procesos sociales y las prácticas comunicativas, constituye un ámbito de reflexión común en el que convergen las distintas ciencias sociales que se ocupan de lo comunicativo.

Es por ello que el marco epistemológico de referencia que mejor se adecúa a la investigación de un objeto como el de la elaboración de noticias destinadas a la comunicación pública, es el que ofrecen las ciencias sociales.

Cualquier fenómeno comunicativo humano posee una dimensión social que justifica la posibilidad de realizar estudios sociológicos, antropológicos, etc. sobre el mismo. Pero tomar en consideración dicha dimensión social es algo que resulta necesario e ineludible para una correcta explicación de todo aquello que concierne al ámbito de la comunicación pública.

2.1.1.La institucionalización del trabajo comunicativo

Esta regulación social de las actividades de producción de noticias destinadas a la comunicación pública, hace que la elaboración de información sea una producción institucionalizada de comunicación.

El proceso de institucionalización de la producción comunicativa comienza con la institucionalización del trabajo comunicativo, algo que

empieza a observarse cuando en una determinada comunidad se asignan a algunos de sus miembros roles sociales para que desempeñen determinadas actividades comunicativas en el seno del grupo. La consolidación de tales roles sociocomunicativos permite afirmar que esas comunidades poseen ya alguna forma de organización social de esta clase de trabajo, cuyo cometido puede estar relacionado con necesidades tales como informar o ser informado, formar o ser formado, o entretener o ser entretenido. Algo que debe ser llevado a cabo en la forma y el modo en que cada comunidad establece que se haga. Dicha organización no es ajena al proceso histórico de división funcional de actividades que se da en todas las comunidades humanas¹.

Esta asignación de roles se desarrolla de un modo y manera que cada sociedad demanda². Así, las actividades comunicativas han sido desempeñadas por cantores, bufones, músicos, relatores de cuentos, oficiantes de ritos, pregoneros, maestros, etc.

La división del trabajo hace que unos entretengan, otros se encarguen de la transmisión de conocimientos, y otros tengan la función de informar sobre lo que cambia o acontece en el entorno. La función sociocomunicativa especializada en la producción y difusión de información sobre lo que acontece en el ámbito social (sociedad) institucionaliza la figura

¹ E.DURKHEIM *La división del trabajo Social*; 1928, pág. 50.

² “La aparición de roles institucionalizados para la realización de trabajos comunicativos concretos es una forma elemental de organizar socioculturalmente la producción de comunicación. En el momento en que aparecen estos roles, podemos situar los orígenes de la comunicación pública.” SOBRINO BLANCO, M. A. *Repercusiones sociales y comunicativas de la innovación tecnológica. Condicionamientos estructurales de la mediación comunicativa a través de videotex y difusión social del medio en la década de los ochenta*. Madrid, Universidad Complutense, Tesis Doctoral, 1991.

de un tipo de comunicador público, que hoy corresponde con la figura del periodista.

2.1.2. Los Sistemas de Comunicación.

La necesidad de recurrir a la comunicación por parte de seres humanos que desarrollan su existencia en sociedades cada vez más complejas conlleva la aparición de actividades de producción comunicativa cada vez más organizadas. Esa organización social de la comunicación se concreta en en lo que se ha convenido en denominar Comunicación Pública³.

Redundando en la idea expuesta en el inicio de este capítulo, la producción y distribución de la información que concierne a la colectividad exige una especialización creciente de las funciones comunicativas que deben ser desempeñadas, lo que refuerza la necesidad de disponer de un cierto grado de organización productiva, que implica la aparición y desarrollo de instituciones especializadas en labores de producción y distribución de la información pública.

Es así, como según Manuel Martín Serrano, aparecen los sistemas de comunicación pública institucionalizados. Estos sistemas son formas de organización de la producción comunicativa que se caracterizan por la

³ El profesor Manuel Martín Serrano define la Comunicación Pública como “la forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye por el recurso a un Sistema de Comunicación especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como conjunto.” MARTÍN SERRANO, M. *La producción social de comunicación*. Madrid, Alianza Editorial, 1986, pág. 72.

asignación de unos recursos materiales y humanos a una institución (organización) de la comunidad especializada en la elaboración y el tratamiento de la información que ha de ser distribuida en el seno del grupo, y cuya labor comunicativa es reconocida y regulada socialmente. Dichos Sistemas de Comunicación Institucionalizada han ido evolucionando históricamente⁴ ajustando el flujo de información a las necesidades comunicativas de una determinada comunidad.

Los sistemas de comunicación pública, y por lo tanto también el que corresponde a la Comunicación de Masas, no deben ser considerados como sistemas completamente autónomos o independientes de lo que acontece en el entorno social en cuyo seno se desarrolla. La comunicación pública

⁴ Martín Serrano propone una tipología de sistemas institucionalizados de comunicación pública. Dicha tipología incluye los sistemas que a su juicio se han ido sucediendo a lo largo de la historia. En este proceso evolutivo, la sustitución de un sistema por otro no conlleva necesariamente la desaparición del sistema sustituido. Sino que la consolidación de una nueva hegemonía responde a la necesidad de una superación funcional de un modelo por otro más evolucionado. El sistema de comunicación superado sigue coexistiendo durante algún tiempo con el nuevo sistema, pasando paulatinamente a un segundo nivel y quedando relegado sólo a determinadas prácticas comunicativas o a determinados grupos sociales. Dicho autor identifica cuatro sistemas diferentes de comunicación pública que se han ido sucediendo a lo largo de la historia en diferentes sociedades y en distintas épocas como sistemas hegemónicos:

1) Sistema de comunicación pública de tipo *Asambleario*. Los miembros de la comunidad intercambian información en un mismo lugar y en una misma ocasión. En estas situaciones pueden comunicar todos los miembros, o dado el caso sólo los portavoces.

2) Sistema de comunicación pública por *Emisarios*. Más complejo que el anterior, se caracteriza porque sólo a determinados miembros de la comunidad se les asigna la función de proveer la información que se distribuye al resto del grupo.

3) Sistema de comunicación pública por *Redes de Distribución de Mensajes*. Esta modalidad de comunicación exige una mayor especialización en las tareas comunicativas, y se caracteriza porque las fuentes de información se sirven de unos intermediarios que se ocupan de reelaborar y difundir la información destinada a los receptores finales. La organización y mantenimiento de estas redes conlleva la existencia de unas instituciones especializadas en las actividades comunicativas, y requiere la utilización de soportes materiales para la circulación de información.

4) Sistema de comunicación pública basado en *Medios de Comunicación de Masas* (MCM). Es el propio de las sociedades industriales y sigue vigente en toda su plenitud. Requiere de unas tecnologías que permitan la producción y distribución masiva de productos comunicativos en serie. Aquí, el tratamiento de la información se lleva a cabo por medio de unas tecnologías de producción y distribución masiva de productos comunicativos o de información.

MARTÍN SERRANO, M. *La Producción Social de Comunicación*. Madrid, Alianza Editorial, 1986. Cap. 3, pág. 71-84.

debe pues considerarse como un sistema abierto a los cambios que se produzcan en el sistema social (SS), y a los que se puedan originar en el sistema referencial (SR) sobre el que va a informar.

De las interdependencias que se establecen entre [(SC) (SS) (SR)] va a depender la permanencia, la transformación o la superación histórica y funcional de un determinado sistema de comunicación institucional.

Siguiendo con el citado autor, los ajustes del Sistema Social y del Sistema de Comunicación Pública no concluyen en tanto que la modificación de uno, de otro o de ambos, en alguno de sus niveles o en todos, establece o restablece un acoplamiento entre los dos Sistemas que asegure la reproducción de la sociedad.

2.1.3. La producción de información en el sistema de comunicación de masas.

El sistema de Comunicación de Masas requiere, como hemos citado con anterioridad, de unas tecnologías de producción y distribución que permitan la elaboración y difusión masiva y en serie de productos comunicativos. Estas características tecnológicas son indispensables para identificar el modo de producción de información en los sistemas de comunicación de masas.

Asociadas a estas capacidades tecnológicas, Martín Serrano, reconoce otras características sociocomunicativas propias de dichos sistemas:

La primera de ellas sería la división funcional de los Comunicantes. En el sistema de comunicación de masas existe una especialización de funciones, en primer lugar, entre las unidades “productoras” y las unidades “consumidoras”. Los MCM suponen una superación funcional con respecto a la relación estamental o jerárquica existente entre informadores e informados en los sistemas de comunicación pública anteriores.

La comunicación de masas requiere de unas instituciones comunicativas reconocidas socialmente y especializadas en la producción y distribución de productos comunicativos destinados a la satisfacción de los intereses de un público cada vez más numeroso y heterogéneo.

La labor que desempeñan estas instituciones se basa en el recurso a la división del trabajo, así, existe una diferenciación de funciones dentro de dichas organizaciones, de manera que unos se especializan en la producción de la información (mediadores comunicativos), otros en los aspectos técnicos de la transmisión, y otros en los aspectos organizativos o de administración de las empresas comunicativas.

Los MCM elaboran y distribuyen productos comunicativos en serie y de forma masiva, lo que supone que este tipo de comunicación conciba cada vez más de forma universal a las posibles audiencias. Esto supone una de las características fundacionales del sistema de comunicación de masas: “Mientras que, en el mercado de mensajes, la demanda es un hecho relacionado con millones de individuos, la oferta está extremadamente concentrada”⁵.

⁵ BURGELIN, O. *La comunicación de masas*. Barcelona, ATE, 1974, pág. 33.

Otra de las características propias de la comunicación de masas, apuntada por el autor citado anteriormente, es la que se refiere a la división instrumental de los productos comunicativos:

- En primer lugar, los productos comunicativos de los MCM están destinados o a la producción o a la reproducción social. Los productos destinados a la producción social son aquellos que informan sobre consumo, ciencia, técnica, etc. Los productos que pretenden la reproducción social son los que informan sobre política, orden público, sucesos, etc.
- En segundo lugar, los MCM distinguen a los receptores por segmentos diferenciados, para ello estructuran sus productos en compartimentos comunicativos (secciones o apartados temáticos, geográficos, etc.) que reflejan las diferencias en las prácticas sociales.

Otra de la peculiaridades que caracterizan a los sistemas de comunicación de masas tiene que ver con su función social o institucional. Martín Serrano apunta como función de los MCM la de “vigilar el entorno”⁶. Dicha “vigilancia”, según el citado autor, es encomendada a los MCM para dar público conocimiento de los cambios que se producen en la sociedad. Otros autores como Burgelin utilizan la noción de “responsabilidad”⁷ para

6 “El “entorno” designa el espacio y el tiempo en los que se desenvuelve la existencia histórica de un grupo histórico de un grupo humano. Incluye a todos los entes, materiales o abstractos, cuya existencia y cuyo estado afecta a la existencia del grupo; o que se ven afectados por la existencia del grupo.” MARTÍN SERRANO, Manuel. *La Producción Social de Comunicación*. Madrid. Alianza Editorial. 1986, pág. 106.

7 BURGELIN, O. *La comunicación de masas*. Barcelona, ATE, 1974, pág. 38.

designar la función informativa de aquellos medios de comunicación de masas de los que, con razón o sin ella, se estima que poseen una “cura de almas” o, en todo caso, están en disposición de ejercer una gran influencia sobre el comportamiento del público. Gabriel Elorriaga en su libro “Comunicación y política”⁸ cuando aborda el carácter de la función informativa se refiere a la confianza social de que disfrutaban los MCM para llevar a cabo dicha tarea.

Con todo lo citado anteriormente, podemos concluir afirmando que las noticias de teletexto son productos comunicativos pertenecientes a la comunicación de masas, difundidos mediante servicios tecnológicos concentrados en muy pocas instituciones comunicativas (públicas y privadas), que necesitan de un grupo especializado de personas encargado del tratamiento y difusión de la información en sus distintos niveles (redactores, maquettadores, técnicos, etc.).

Las noticias de teletexto son productos comunicativos destinados generalmente hacia la reproducción social (informan sobre política, economía, orden público, etc.), y menos frecuentemente a la producción social. Y al igual que otros MCM clásicos como la prensa, organizan su información en secciones (Economía, Política, Cultura, etc.), lo que supone una segmentación de las audiencias o de los Receptores hacia los que se dirigen dichas informaciones.

⁸ “El hombre civilizado recurre a los medios informativos con el hábito de quien dispone de un instrumento de fe pública. La pérdida de confianza en los medios informativos representa, por sí misma, una quiebra en la seguridad del orden social.” ELORRIAGA, G. *Información y política*. Madrid, Editora Nacional, 1964, pág. 40.

Los relatos ofrecidos en las noticias de teletexto son de carácter público, por lo que en principio gozan de una mayor aceptación e influencia por parte de las audiencias que otro tipo de informaciones de tipo más privado. También el carácter institucional de los MCM (en este caso de las cadenas de televisión dependientes de organismos estatales o públicos) que llevan a cabo la producción comunicativa de noticias les confiere un mayor grado de credibilidad.

2.2. LA TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN. EL MODELO DE COMUNICACIÓN PROPUESTO DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.

El modo en que lo comunicativo interviene sobre lo social se define por Manuel Martín Serrano como un fenómeno de *mediación*. Cabe considerar estos fenómenos mediacionales, y en especial si están relacionados con actividades que conciernen a la comunicación pública, como un objeto específico de estudio. Para el mencionado autor y para todos los que compartimos esa concepción, este planteamiento justifica la apertura de un nuevo ámbito de investigación científica en el seno de las Ciencias Sociales, para el cual se sugiere la denominación de *Teoría Social de la Comunicación*⁹.

La Teoría Social de la Comunicación se ocupa pues de estudiar los procesos de producción social de comunicación como procesos de mediación comunicativa socialmente regulados. La especificidad de su punto de vista deriva de la voluntad de analizar las relaciones existentes entre el cambio comunicativo y la transformación social desde una perspectiva fenomenológica que se ciñe estrictamente a lo comunicativo como marco epistemológico. Dicha teoría se construye sobre las bases epistemológicas y el desarrollo teórico que se utilizan para dar cuenta de la comunicación como fenómeno de la naturaleza que remite a intercambio de información entre seres vivos.

⁹ Ver, MARTIN SERRANO.M. *La producción social de comunicación* Alianza Universidad, Madrid 1986, pág.22 y ss.

2.2.1. El modelo de comunicación propuesto desde la teoría de la comunicación.

Los sistemas de comunicación de masas, como ya hemos citado anteriormente, no son sistemas autónomos, sino que están abiertos (se afectan mutuamente) a las influencias del Sistema Social (SS), del Sistema Referencial (SR) y del Sistema Cognitivo (SCo.).

El objeto de estudio de nuestra disciplina se circunscribe a las relaciones entre Sistema de Comunicación, Sistema Social y Sistema de Referencia, para poder profundizar en la relación entre comunicación y práctica social. Se centra, pues, en la comprensión de la existencia de la comunicación en la sociedad y en sus posibles efectos.

En el modelo de la Comunicación Pública¹⁰ la información se produce, distribuye y consume de forma institucionalizada y los objetos de referencia interesan a la comunidad.

Para evitar una explicación determinista de este proceso social de comunicación, el modelo teórico expuesto en este capítulo, considera que la Comunicación de Masas se desarrolla en el seno de una sociedad a la que afecta y es afectado por ella. El paradigma de la Mediación sustenta científicamente el desarrollo de estudio del Modelo, al explicar las relaciones entre sociedad, comunicación y referencias comunicativas.

¹⁰ Cuando se habla de Comunicación Pública, se está aludiendo a lo que en la definición de otros autores aparece como Comunicación de masas.

La producción de información en el sistema de comunicación pública es un fenómeno complejo en el que se ven implicados distintos componentes: la conciencia de los sujetos, sus comportamientos y, por último, los bienes. El paradigma de la mediación resulta de utilidad para el análisis de los diferentes procesos de dichos fenómenos comunicativos.

La actividad informadora de aquellas instituciones encargadas de dar pública noticia de lo que ocurre, no puede desprenderse de los sistemas sociales en los que llevan a cabo su labor. Esta actividad remite a las relaciones entre comunicación y sociedad, entre lo que ocurre y lo que conocen los miembros de una sociedad cuando consumen productos comunicativos ofertados por los medios.

Dicha labor informadora opera sobre factores económicos, sociales y cognitivos. La producción social de comunicación estudia los vínculos existentes entre la transformación de la comunicación pública y el cambio social. Es aquí donde el concepto de *Mediación* sirve para interpretar el control que las instituciones informativas ejercen cuando informan sobre el estado del entorno. Desde esta perspectiva es necesario conocer qué es lo que se produce y cómo se produce, en lugar de insistir, como hacen otros paradigmas, en los "efectos" entendidos como conductas determinadas de la audiencia.

La mediación actúa pues, sobre las categorías cognitivas e influye en los valores de las personas; en este sentido puede decirse que "La mediación propone representaciones del tiempo, del espacio y de lo que

acontece. Logra que nuestra conciencia se historicice, es decir que encuadre el conocimiento de la realidad en modelos históricamente determinados"¹¹.

La mediación en sentido comunicativo , y a diferencia de la labor de otras instituciones mediadoras, se produce cuando los emisores seleccionan unos determinados objetos de referencia y a partir de ellos, ofrecen un producto comunicativo que incluye un repertorio específico de datos de referencia a propósito de tales objetos, los relacionan en un relato y lo expresan en algún soporte material.

El análisis de la mediación en la producción social de comunicación puede sintetizarse, siguiendo a MARTIN SERRANO, en los siguientes puntos:

- En un primer nivel, las instituciones informativas (mediadoras) seleccionan aspectos del acontecer en función de intereses generales y/o en función de los fines que persigan, confeccionando así "acontecerees públicos".

- En un segundo nivel, y una vez seleccionados los aspectos del acontecer sobre los que se va a informar, los mediadores comunicativos ofrecen información sobre dichos aspectos desde un determinado punto de vista. Los productos comunicativos ofrecen visiones del mundo sustentadas en las construcciones narrativas.

El control que ofrecen las instituciones informativas se manifiesta pues en los productos comunicativos que tienen una doble dimensión: objetal y cognitiva, por ello el modelo cuenta con unas categorías que, a diferencia

¹¹ MARTIN SERRANO.M. *La producción social de comunicación* Alianza. Universidad, Madrid 1986. pág. 48.

de otros modelos, permiten la posibilidad de estudiar esta producción desde un doble punto de vista: como producción de objetos (en este caso objetos comunicativos) y como productos culturales (los relatos de los medios contienen representaciones del mundo).

Todo ello permite la distinción de dos categorías de análisis diferenciadas: la "mediación estructural" y la "mediación cognitiva", ambas interrelacionadas.

- " Mediación estructural". Los productos comunicativos -relatos de prensa, de televisión, de radio, etc., son entendidos como objetos. En este nivel es necesario estudiar todos aquellos factores que determinan la producción material de comunicación (equipamiento técnico, costes de producción, costes del papel, etc). La Mediación estructural ofrece a las audiencias "modelos de producción de comunicación."

- "Mediación cognitiva" Los productos comunicativos proponen representaciones e interpretaciones sobre lo que ocurre en nuestro entorno acordes con las finalidades que persigue el mediador. Es decir los Medios de Comunicación de Masas ofrecen a las audiencias "modelos de representación del mundo".

Ambas mediaciones son interdependientes, pues se afectan la una a la otra, los aspectos materiales pueden tener efectos cognitivos en los usuarios de los productos comunicativos.

2.2.2. Modelo de Mediación de la Teoría de la Comunicación.

Un modelo es la representación de un sistema, es decir, la representación de la organización de un sistema.

El modelo comunicativo mediacional agrupa un conjunto de componentes cuya presencia es obligada en cualquier proceso de comunicación y se propone como criterio de uso el estudio de cualquier tipo de comunicación a partir del análisis de esos componentes y de sus relaciones. Para poder dar cuenta de otros factores que influyen y se ven influidos por el desarrollo de las comunicaciones humanas, el modelo se amplía a otras parcelas no comunicativas de la realidad, en concreto al universo de lo social y al universo de lo referenciado en los procesos comunicativos.

Para dar cuenta del objeto formal de la Teoría de la Comunicación, deberemos representarlo en un modelo teórico que se ajuste a los fenómenos que pretenda describir, explicar o interpretar.

La bondad de cualquier modelo vendrá dada por la capacidad de simulación (aproximación al funcionamiento real del sistema con un grado de error aceptable en términos científicos), la capacidad de prospección (capacidad para incluir los cambios que se operan en la realidad y transformar los componentes o las relaciones del Sistema de Comunicación) y la capacidad referencial (capacidad para dar cuenta de la dependencia que el Sistema de Comunicación tiene respecto al Sistema Social). A pesar de que por definición no existe un modelo completamente referencial, prospectivo y

apto para la simulación¹², desde nuestro punto de vista, el modelo que aquí se propone, es el que cumple más fielmente esos requisitos.

2.2.3. Componentes del Sistema de Comunicación.

Así pues, desde la perspectiva de la Teoría Social de la Comunicación, el teletexto ha de ser considerado como un instrumento que unos mediadores -personas concretas o instituciones- utilizan para poner a disposición de otros -los usuarios del medio- un conjunto de servicios o productos comunicativos con los que pueden satisfacer determinadas necesidades.

Cuando se pretende hacer un estudio de las noticias del teletexto tomando como referencia la “mediación comunicativa”, se ha de plantear una investigación que permita conocer aquello que hace del teletexto, un recurso apto para la satisfacción de necesidades sociales relacionadas con la comunicación.

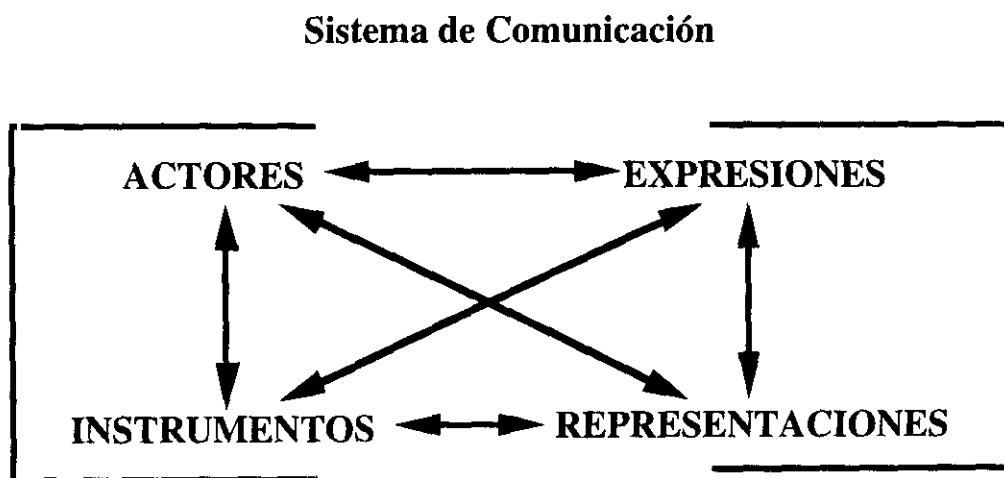
El estudio comunicativo del medio no puede obviar que la satisfacción de las necesidades comunicativas que pretende cubrir la información del teletexto se inserta en un contexto social y económico históricamente determinado. Por tanto se habrán de tomar en consideración las implicaciones que derivan de la utilización de la tecnología sobre la que se soporta.

¹² MARTIN SERRANO.M. "Bases epistemológicas de los métodos actuales de investigación social", R.E.I.S., nº 3, Madrid CIS, 1978.

La teoría que se utiliza como marco de referencia para analizar los sistemas de comunicación propone que se tomen en consideración cuatro componentes: *Actores, Expresiones, Instrumentos y Representaciones* ¹³.

La presencia de tales componentes es una condición necesaria en todos los procesos de interacción basados en transferencias de información.

Desde el enfoque de la Teoría General de la Comunicación, *se denomina sistema de comunicación al conjunto organizado de esos cuatro componentes*. La expresión canónica que suele utilizarse como esquema que da cuenta de los componentes y las interrelaciones del modelo es la siguiente:



Este esquema deriva de una concepción de los procesos de comunicación en los cuales las transferencias de información sólo son materialmente posibles:

¹³ Manuel MARTIN SERRANO. "Propuesta de un modelo dialéctico para el estudio de los sistemas de comunicación". (En Manuel MARTIN SERRANO y otros. Op. cit., 1982, pp. 159-174).

- a) Si existe un Actor con capacidad de formarse una representación cognitiva sobre algo,
- b) que sirviéndose de determinados instrumentos (tecnológicos o biológicos) puede generar unas expresiones,
- c) a partir de las cuales otro Actor o Actores, sirviéndose también de otros instrumentos de recepción de señales,
- d) puede identificar los datos de referencia necesarios para elaborar una representación acerca de lo que el primero quiere comunicar.

En el caso del teletexto, los *Actores* son obviamente seres humanos; los *Instrumentos* remiten fundamentalmente a la tecnología que se utiliza como infraestructura del medio; las *Expresiones* a las configuraciones formales que se utilizan en la confección del producto comunicativo; y las *Representaciones* son los modelos cognitivos que se derivan de los datos de referencia vehiculados a través de esas expresiones.

Las Expresiones y Representaciones son, en principio, componentes que estarán condicionados por el uso social que los Actores hagan de las capacidades de esta tecnología. La interdependencia entre los distintos componentes se pone de manifiesto en la eventualidad del planteamiento inverso; es decir, que también los cambios en la tecnología pueden tener origen o estar dinamizados por la exigencia de dar satisfacción a necesidades expresivas de los Actores que, a su vez, remiten a necesidades de comunicar datos de referencia asociados con determinadas representaciones.

Los procesos de comunicación humana no se dan de manera aislada, sino que acontecen entre Actores que pertenecen a una comunidad. Por eso, pueden ser concebidos también como prácticas comunicativas socialmente reguladas. La existencia de estas regulaciones sociales obliga a tomar en consideración las interdependencias que pueda haber entre el Sistema de Comunicación que se acaba de describir y el Sistema Social en cuyo seno funciona. Estas interdependencias pueden referirse a las relaciones que existen entre ambos sistemas considerados en su conjunto; pero también entre cualquiera de los componentes que forman parte de cada uno de ellos. Dichos componentes, tomados individualmente, pueden ser considerados a su vez como subsistemas del sistema general al que pertenecen. Desde este punto de vista, el Sistema de Comunicación estaría constituido por el Subsistema de Actores [A], el Subsistema de Instrumentos [I], el Subsistema Expresivo [E] y el Subsistema de Representaciones [R]. En el caso del Sistema Social se pueden identificar subsistemas tales como el sistema económico, el sistema jurídico, el sistema axiológico, etc.

La expresión general del modelo se representa por el siguiente esquema ampliado:

Transf. [SC ([A]-[E]-[I]-[R]))]

<=>

Transf. [SS (Sistemas Particulares)]

De este modelo derivan dos enfoques diferentes a propósito de las mutuas interrelaciones existentes entre el Sistema Social y el Sistema de Comunicación:

- Por una parte, el estudio de los fenómenos relativos a la intervención del Sistema de Comunicación sobre el Sistema Social: análisis de la *mediación comunicativa*. Su estudio corresponde a la Teoría Social de la Comunicación.

- Por otra, el estudio de las intervenciones de instituciones sociales no comunicativas en los procesos de comunicación: análisis de las *intervenciones sociales*. Su estudio corresponde a otras disciplinas sociales que se interesan por la comunicación.

2.2.4. El modelo de análisis de la Mediación Comunicativa.

Desde el paradigma de la *Mediación Comunicativa* se ofrece un modelo para el estudio de los sistemas de comunicación humana, articulando el problema en dos niveles de análisis:

El primer nivel de análisis corresponde al estudio del Sistema de Comunicación propiamente dicho. En éste, se estudian los cuatro componentes implicados obligatoriamente en cualquier interacción comunicativa; las diferencias que existen entre ellos tanto desde el punto de vista de su ubicación estructural, como de las funciones que desempeñan en el proceso; así como de sus mutuas relaciones, entendidas estas como la expresión de la manera en que esos componentes son afectados por los

cambios que se producen en el interior o en exterior del sistema. Este es el nivel en que se ubica la reflexión general sobre las características propias de la comunicación, cualquiera que sea la forma en que este fenómeno se manifieste.

El segundo nivel organiza el estudio de las interrelaciones que se establecen, por una parte, entre el Sistema de Comunicación y el Sistema Social y, por otra, entre el Sistema de Comunicación y el Sistema de Referencia. El análisis de estas relaciones parte de la consideración de que el funcionamiento interno de los tres sistemas es relativamente autónomo, de tal manera que, salvo algunos casos relativos al sistema de referencia, no puede aceptarse una determinación por parte de uno de ellos respecto del otro. Por ejemplo, para comprender los usos sociales de la comunicación, es necesario hablar de la producción de información destinada al consumo público, o sea, los procesos de comunicación de masas son una producción social, pues el Sistema Social afecta a este proceso.

En relación al sistema de referencia, cabría decir que no puede existir ningún proceso de comunicación que no cuente con algún objeto de referencia, es decir, siempre que se comunica se comunica a propósito de algo, pero ese algo, el “objeto de referencia”, permanece por definición fuera del Sistema de Comunicación.

De este modo la relación que se establece entre el Sistema de Comunicación y el Sistema de referencia es a través de los “datos de referencia”, que son las unidades informacionales seleccionadas por los Actores de la comunicación para dar cuenta de los objetos acerca de los cuales se establece la comunicación.

2.3. LAS NOTICIAS DE TELETEXTO COMO “PRODUCTOS COMUNICATIVOS” ORIENTADOS AL CONOCIMIENTO PÚBLICO DE LOS CAMBIOS QUE ACONTECEN EN EL ENTORNO SOCIAL.

La labor de mediación que llevan a cabo las instituciones comunicativas implica una observación o conocimiento de los cambios que se producen en el entorno y su posterior difusión hacia las audiencias. Para que se produzca dicha relación entre el universo del acontecer (SS) y el del conocer (SCog.), el mediador deberá, en primer lugar, seleccionar determinados aspectos del acontecer sobre el que va a informar; para posteriormente articular un determinado punto de vista sobre dichos aspectos del acontecer. Así se conforma el “acontecer público” que será difundido a las audiencias.

Para que el acontecer se relacione con el conocimiento del acontecer es necesario que un *Emisor* adquiera información sobre algo que sucede en el entorno y que a través de una *Institución comunicativa* provea de los datos sobre el objeto de referencia a los *Receptores*. Posteriormente los receptores confeccionarán una *Representación* personal de la realidad tomando en cuenta, en todo o en parte, la información remitida por el Emisor a través de los datos de referencia.¹⁴

Por muy eficaz que sea la información remitida por el informador, sería pretencioso decir que los receptores construyen sus representaciones de

¹⁴ “Entre lo que pasa y lo que el receptor capta acerca de lo que pasa hay una variada gama de intermediarios situados a distintos niveles, pero que influyen en la relación del mensaje entre el polo emisor y el polo receptor.” LEGUINECHE, M. *Las noticias y la información*. Barcelona, Salvat Editores, 1973, pág. 19

la realidad únicamente por la información que reciben por los MCM. El conocimiento adquirido a través de los datos que aportan los MCM se completa con la información recibida por otras fuentes como la comunicación personal o por la propia experiencia del acontecer, conformando una única representación social que puede ser modificada por la adquisición de nueva información.

Las noticias de teletexto se confeccionan como productos comunicativos por medio de la actividad interventora del mediador, que sustituye, no la experiencia directa sobre el acontecer, sino la información obtenida de fuentes indirectas (noticias de Agencias de Información y otros medios de comunicación) sobre el acontecer, por una descripción de los datos de referencia que componen la noticia.

Las afectaciones entre el universo del acontecer y el universo del conocer no permiten prever las consecuencias a nivel cognitivo que pueden generar los cambios que se producen en el entorno y que son difundidos por los MCM. La comunicación que llevan a cabo las instituciones mediadoras de teletexto cumplen la misión de reducir la *indeterminación*, de manera que las representaciones de los miembros de la comunidad no sean incompatibles y permitan mantener el consenso necesario que permita la coordinación de la acción social. El control social que llevan a cabo los mediadores de teletexto por medio de la información se ejerce sobre la interpretación que hacen las personas de la realidad social y, eventualmente sobre sus actos.

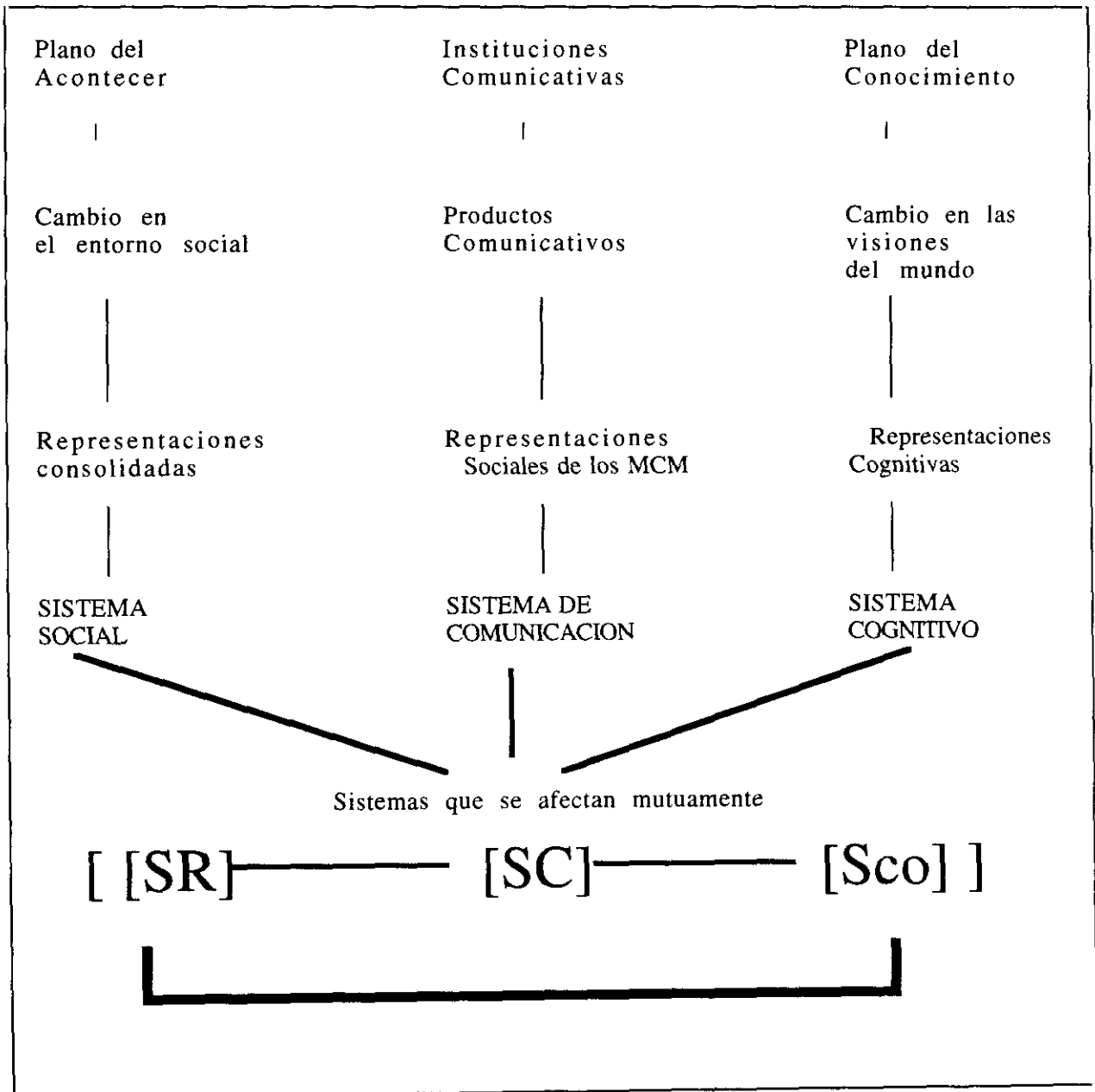
Cualquier relato, y en nuestro caso cualquier noticia de teletexto, propone al Receptor una determinada representación de un acontecer. El Receptor de acuerdo a sus expectativas, intereses, valores, etc., elaborará una

representación del objeto de referencia que puede ser similar o diferente a la propuesta por el relato de la noticia de teletexto.

Nuestra investigación no se ha ocupado del análisis de las representaciones propuestas en las noticias por el teletexto, ni de los efectos cognitivos que proponen los mediadores cuando confeccionan los relatos a partir de una serie de datos de referencia. Aunque se considera necesario mostrar el modelo en su conjunto. Ya que tanto la labor de mediación que lleva a cabo el medio teletexto a la hora de seleccionar los datos con los que confeccionar las noticias en el universo de los cambios que se producen en el entorno, como el tratamiento comunicativo y tecnológico que se lleva a cabo en la difusión de la información, influyen en mayor o menor medida¹⁵, en la elaboración de las visiones del mundo que puedan tener los receptores.

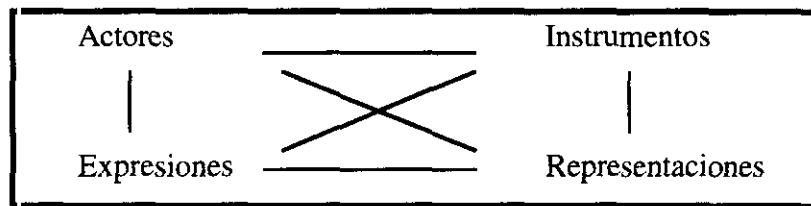
¹⁵ Como hemos dicho anteriormente las representaciones sociales que se conforman en la conciencia de los sujetos no sólo dependen de la información recibida a través de los MCM.

Los MCM son un Sistema de Comunicación Pública Institucionalizada que recoge los cambios del entorno social ofreciendo datos de referencia que vehiculan visiones del mundo con las que los receptores conforman sus representaciones sociales.



2.3.1. Los componentes del Sistema de comunicación de las noticias de teletexto.

Los componentes del sistema comunicativo de las noticias de teletexto corresponden con los del modelo propuesto desde la Teoría de la Comunicación, del que hemos venido dando cuenta en las páginas anteriores.



ACTORES.

La condición de Actores está relacionada con la condición de estar implicados en la producción, el consumo o la distribución de comunicación.

Martín Serrano propone una clasificación de los actores atendiendo a su función comunicativa:

- a) Actores que *se sirven* de la comunicación, son los Actores responsables de la producción o el consumo de la información transmitida por un determinado sistema de comunicación.
- b) Actores que *sirven* a la comunicación, son los Actores que ponen en circulación información confeccionada por otros actores y que va destinada a ser consumida por las audiencias.

En las noticias de teletexto podemos decir que los Emisores (redactores de noticias de teletexto) son Actores que sirven a la

comunicación, ya que ponen en circulación información elaborada por otros Actores (redactores de agencias de información u otros periodistas); y los Receptores de las noticias de teletexto (audiencia) son Actores responsables directos del consumo de información.

INSTRUMENTOS

Los instrumentos comunicativos son todos aquellos aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse con otros aparatos biológicos o tecnológicos para obtener la producción, el intercambio y la recepción de señales.¹⁶

Los instrumentos de comunicación están destinados a posibilitar la comunicación, para lo que necesitan al menos, un órgano emisor, un canal transmisor y un órgano receptor.¹⁷

Los instrumentos comunicativos de emisión de noticias de teletexto, necesitan de un canal para ser difundidas. Para que se produzca la comunicación es necesario que el receptor decodifique la información que se le transmite, esto lo hará por medio de un órgano biológico que no es otro que el ojo humano.

¹⁶ "Una señal es una variación en la emisión o recepción de energía por parte de la substancia expresiva. La capacidad de comunicar supone la aptitud por parte del ser vivo para servirse de la materia y de la energía en la producción de señales." MARTÍN SERRANO, M. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid. Cuadernos de la comunicación. 1982, pág. 17-18.

¹⁷ "El Teletexto es un sistema de transmisión unidireccional de información alfanumérica y gráfica que utiliza como terminal un receptor convencional de televisión y como canal de transmisión parte de las líneas del intervalo vertical de la señal de televisión o, en su caso, todas las líneas de la señal." BARRASA, Gabriel. *"Incertidumbres y vacilaciones del teletexto en España"*. TELOS. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad. Fundesco. Nº 1. Enero 1985.

EXPRESIONES

Las sustancias expresivas son las materias primas informadas, es decir, cualquier entidad perceptible por algún sentido del Receptor, sobre la cual, el Emisor ha realizado un trabajo expresivo.

Una *expresión* proviene de la modificación por parte del Emisor de la sustancia expresiva; dicha transformación de la sustancia expresiva es percibida por el Receptor facilitando la interacción comunicativa.

Las expresiones que canalizan la información en las noticias de teletexto pueden ser de varios tipos y están constreñidas tecnológicamente por las propias características del medio teletexto:

- Expresiones textuales
- Expresiones derivadas del uso de la gama de colores que utiliza el teletexto.
- Expresiones alfanúmericas, como gráficos, cuadros o dibujos.
- Expresiones visuales como parpadeos o *flashes*.

En el análisis de las noticias de teletexto que proponemos en esta tesis doctoral tan sólo tomaremos en cuenta las expresiones textuales, es decir, el lenguaje escrito.

El modelo de teletexto español contiene 128 caracteres, con los que el emisor puede confeccionar los datos de referencia sobre cualquier acontecer público.

REPRESENTACIONES

Las expresiones se plasman comunicativamente en un conjunto de datos de referencia organizados con un cierto sentido o punto de vista para el receptor. Con esa información el receptor se representa un modelo de acción, de cognición o de valoración¹⁸ acerca de un determinado referente.

2.4. TEORIA COMUNICATIVA DE LA PRODUCCION SOCIAL DE LA REFERENCIA EN LAS NOTICIAS DE TELETXTO.

En el entorno social se están produciendo infinidad de cambios o acontecimientos constantemente; los medios de comunicación son las instituciones socialmente legitimadas y encargadas de observar dichos cambios para ofrecer *pública noticia* de aquellos que consideran deben informar a las audiencias.

¹⁸ Martín Serrano propone unas categorías de representación que son de utilidad para aclarar y situar las representaciones canalizadas por los productos comunicativos, con respecto a los otros tipos de representaciones.

-*Representaciones Cognitivas*. Son productos elaborados por la actividad mental de los miembros de la comunidad. El cambio o la sustitución de estas representaciones por otras obedece a la relación de una serie de datos sobre un determinado referente. Son representaciones individuales.

-*Representaciones Sociales*. Son las representaciones canalizadas por medio de los productos comunicativos. Aparecen de forma más o menos explícita en los relatos informativos de los MCM, y vienen expresados por medio de datos de referencia sobre un determinado referente.

-*Representaciones Consolidadas*. Son las visiones del mundo compartidas por toda una comunidad; los principios, valores, normas que regulan la convivencia de los individuos.

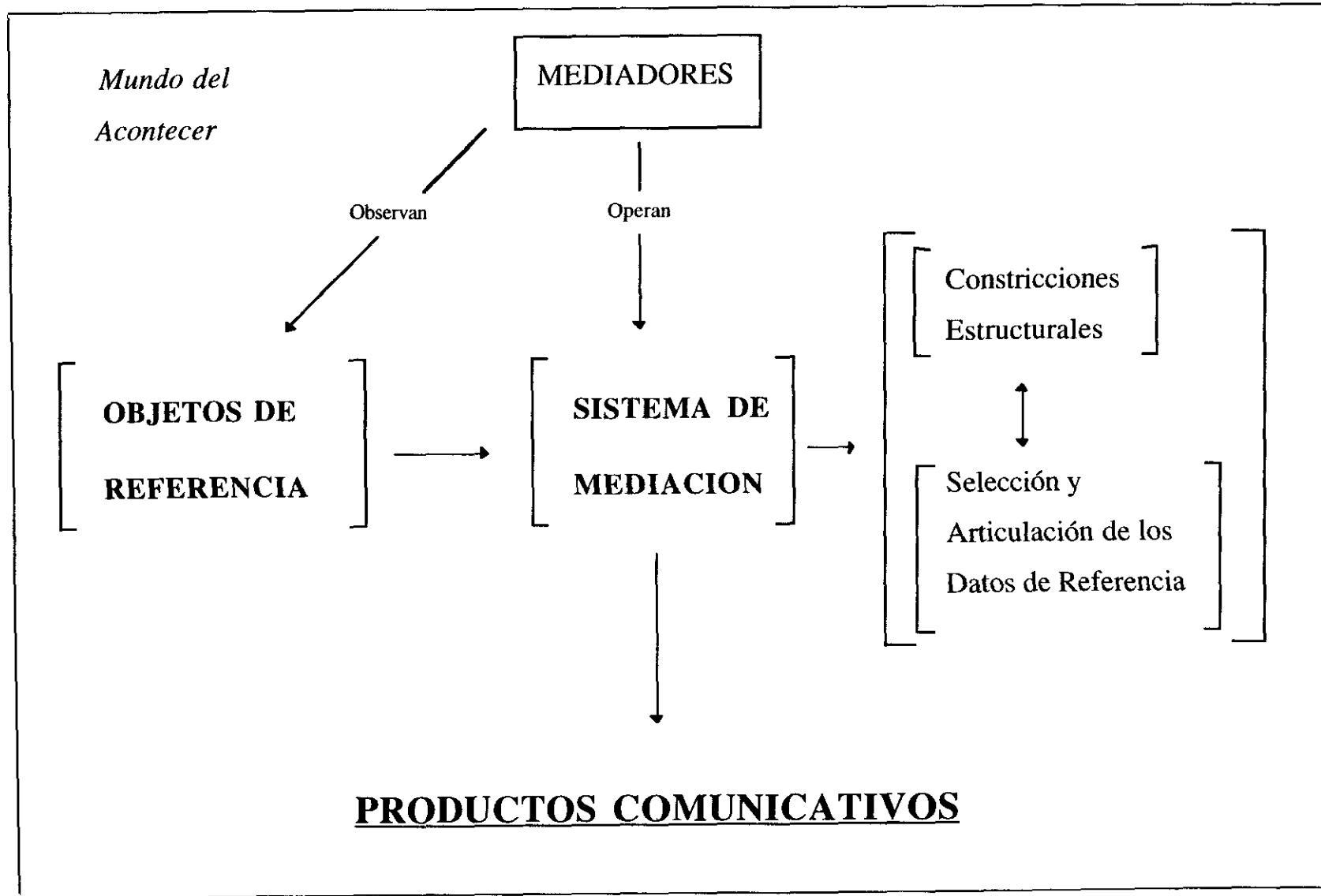
MARTÍN SERRANO, M. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid. Cuadernos de la comunicación. 1982.

Las instituciones comunicativas, y los profesionales en los que delegan dichas instituciones, operan sobre el universo de objetos de referencia *utilizando modelos de mediación* que ofrecen determinadas visiones del mundo mediante la elaboración de productos comunicativos que son puestos a disposición de los receptores.

El proceso de mediación consiste en la intervención de los medios de comunicación entre el universo el acontecer (SS) y el universo del conocer (SCog), mediante la producción de información (SC).

Cualquier producto comunicativo es elaborado por los profesionales de la información atendiendo a los dos planos de la mediación explicados anteriormente: por un lado, tendrá que ajustarse a las *constricciones estructurales* que impone cada medio y, por otro, a las *decisiones de selección y articulación* de los datos de referencia.

Estas premisas son fundamentales para tratar de hallar cuáles son los Modelos de Mediación por los que se rigen los medios a la hora de elaborar los productos comunicativos (SC), y que operan entre el mundo del acontecer (SS), en el que se encuentran los objetos de referencia, y el universo del conocer (SCog), en el que se asientan las representaciones del mundo.



Ante cualquier estudio sobre la mediación en los productos comunicativos, el analista debe trazar las líneas básicas sobre las que operar para desentrañar las claves que le permitan mostrar, parcial o totalmente, el modelo de mediación de un determinado medio para confeccionar la referencia informativa que ofrece a los receptores.

Nuestra investigación trata de mostrar el modelo de mediación empleado por el medio teletexto en la producción de sus noticias. Para ello, utilizaremos las herramientas analíticas consideradas suficientes y necesarias para tratar de descubrir los criterios en los que se basan los mediadores a la hora de confeccionar las noticias. Dichas herramientas o variables de análisis deben ajustarse siempre que sea posible al producto comunicativo que se trata de analizar, así como a los objetivos que el analista persiga.

Nuestro objetivo no es otro que el de desentrañar las decisiones que a lo largo del proceso de selección, tratamiento y producción de información, toman el medio y los mediadores. O lo que es lo mismo, descubrir las reglas que rigen en un determinado medio (en este caso en el teletexto), entre el universo de los objetos de referencia y el universo de las representaciones que son canalizadas mediante la elaboración de los productos comunicativos (en nuestro caso las noticias), y que se ofrecen a la audiencia.

El modelo mediador que rige la producción de noticias en el teletexto se basa en la articulación de los dos planos de mediación citados anteriormente:

1. Constricciones formales de las noticias de teletexto. Dependen de las *decisiones del diseñador* (mediador) en cuanto al uso que se hace del medio.

2. Tratamiento referencial de los objetos y los datos de referencia. Corresponde a las *decisiones que toman los profesionales de la información* (mediadores) en cuanto a los criterios de selección y tratamiento informativo de las noticias.

El modelo clásico de análisis propuesto desde la teoría de la comunicación, como hemos mencionado en este capítulo, debe dar cuenta:

- De los componentes del sistema comunicativo y sus relaciones entre ellos.

- Actores de la comunicación.

- Expresiones comunicativas.

- Instrumentos de la comunicación.

- Representaciones.

- De las afectaciones mutuas entre el SC, el SR y el SS. Las relaciones del SC con el plano de los objetos de referencia; y las intervenciones y mediaciones producidas en el sistema social que afectan a los componentes comunicativos.

Partiendo de la perspectiva de la teoría de la comunicación, que toma los productos comunicativos como un ejercicio de mediación por parte de las instituciones comunicativas, o de los sujetos adscritos a ellas, entre los

cambios que se producen en el entorno social (acontecimientos), y el conocimiento que tienen las audiencias de esos hechos; el modelo de mediación que utiliza el teletexto para confeccionar sus productos comunicativos (entre los que se encuentran las noticias) consiste en la selección de una serie de datos de referencia, y en su tratamiento y difusión, proponiendo unas representaciones de la realidad al servicio de las audiencias.

El objeto formal de nuestra investigación analiza las noticias de teletexto como *un sistema organizado de datos de referencia*. El estudio de las noticias de teletexto que se propone en esta investigación se centra en un modelo de análisis de la mediación que gira en torno a tres aspectos comunicativos fundamentales que están interrelacionados:

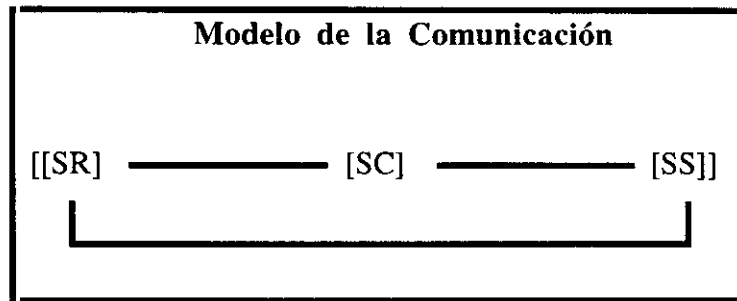
- El análisis de la referencia de la noticia.
- El análisis de los ámbitos temáticos o referenciales.
- El análisis de las Instituciones mediadoras.

Estos tres planos del análisis de las noticias de teletexto están relacionados y se afectan mutuamente, remitiendo al sistema referencial, al social y al comunicativo. Y también, en su finalidad, al sistema cognitivo.

El modelo de comunicación propuesto por Manuel Martín Serrano¹⁹, pretende tres objetivos, que son aplicables al modelo de análisis de las noticias de teletexto:

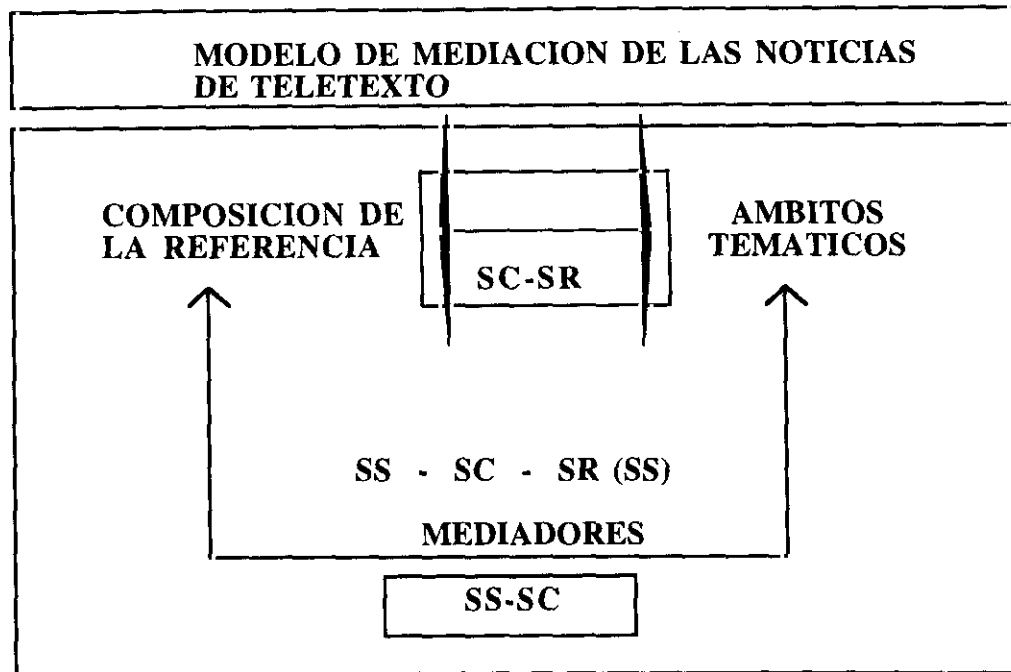
¹⁹ MARTÍN SERRANO, Manuel. Teoría de la Comunicación. *Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid, Cuadernos de la comunicación, 1982. Capítulos 8 y 9.

1. Analizar de forma sistemática las relaciones de los elementos de un sistema comunicativo.
2. Analizar las afectaciones entre el SC y el SS.
3. Analizar las relaciones del SC con el SR.



El modelo de comunicación de las noticias de teletexto viene definido por el modelo de mediación propuesto desde la teoría de la comunicación y trata también de las relaciones entre el Sistema Social, el Comunicativo y el Referencial.

El análisis de la referencia en las noticias de teletexto que proponemos en esta investigación se concreta en el modelo de mediación que se expone gráficamente a continuación.



Así pues, el modelo de mediación de las noticias de teletexto gira en torno a estas tres premisas fundamentales, que pasamos a explicar a continuación:

1. COMPOSICION DE LA REFERENCIA DE LA NOTICIA.
2. ADSCRIPCION DE LA NOTICIA A LOS AMBITOS TEMATICOS O REFERENCIALES.
3. MODELOS MEDIADORES DE LAS INSTITUCIONES COMUNICATIVAS.

2.4.1. Composición de la referencia en las noticias de teletexto.

La comunicación está abierta al universo de los objetos de referencia. Manuel Martín Serrano emplea el concepto de objeto de

referencia como todo aquello a propósito de lo que se comunica, cumpliendo la función de objeto material o ideal de la comunicación.

Por ser objeto de la comunicación el objeto de referencia es evocado en ella, pero permanece en su exterior. La exterioridad del objeto de referencia respecto al [SC] significa que en la comunicación sus objetos de referencia se distinguen de todos los componentes del sistema comunicativo, es decir, no equivalen a los sujetos de la comunicación (los Actores); ni a los instrumentos de la comunicación (los amplificadores y los media); ni a las materias comunicativas (sustancias expresivas y expresiones); ni a los contenidos de la comunicación (las representaciones).²⁰

La naturaleza misma del informador supone siempre una pérdida de información en el relato del acontecer. El sujeto que elabora la información sobre el acontecer está implicado irremediabilmente en el producto comunicativo resultante sobre dicho acontecer. El cambio en el entorno social genera sucesos; de la observación de dichos sucesos, el informador elabora datos. En la elaboración de dichos datos el informador no puede desprenderse de su actividad cognoscitiva y expresiva, y esto condicionará el resultado final del producto comunicativo. Cualquier sujeto humano (sea profesional de la información o no) cuando observan o perciben un acontecer no pueden despojarse de sus intereses, prejuicios, referentes axiológicos, etc., lo que de alguna forma condicionará tanto la selección de los objetos de referencia, como la elección de los datos sobre los que conformar la referencia de la noticia.

²⁰ MARTIN SERRANO, M. y otros. *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid, Alberto Corazón ed., Cuadernos de la Comunicación, 1982. 2º ed, pág. 179.

En el caso de las noticias de teletexto, el informador no suele ser testigo de los cambios en el entorno social, sino que sus fuentes de información son indirectas (en la mayor parte de los casos obtienen la información sobre los acontecimientos de noticias de agencias de información). En este caso la pérdida de la información sobre el referente puede ser incluso mayor, ya que se trata de un producto comunicativo que se elabora con datos de otro producto comunicativo anterior, que ha sido seleccionado y elaborado por otro informador.

El informador sea o no testigo directo del objeto de referencia realiza siempre una labor de Mediación a la hora de elaborar los productos comunicativos.

Las instituciones comunicativas (MCM) elaboran productos comunicativos a partir de la observación de los cambios en el entorno social, y ofrecen visiones del mundo que operan sobre la conciencia de los individuos. Las noticias de teletexto son productos de una actividad institucionalizada de *mediación* entre el universo del acontecer, o Sistema de Referencia (SR), y el Sistema Cognitivo (Scog.), o de las representaciones.

Entre el sistema de Referencia y el sistema de Comunicación, o lo que es lo mismo, entre el plano del acontecer y el plano del conocimiento del acontecer, se establecen una serie de mecanismos comunicativos encuadrados en el modelo de mediación, que dan como resultado la puesta a disposición de la audiencia de los productos comunicativos.

El análisis de la referencia de las noticias de teletexto responde al estudio del proceso comunicativo por el cual un determinado objeto de

referencia es expresado y representado por medio de una serie de datos de referencia; poniendo dicha representación al servicio de los receptores.

La conformación de la noticia en el teletexto se lleva a cabo por el medio atendiendo a los dos planos diferenciados de mediación mencionados anteriormente.:

- Mediación Estructural. Opera sobre la presentación y forma con que aparecen las noticias en los servicios de teletexto. Obedece a los procesos o rutinas que llevan a cabo los mediadores para conformar estética, espacial y composicionalmente las noticias de teletexto.

- Mediación Referencial. Actúa sobre la selección, tratamiento y organización de los datos de referencia que se utilizan en la confección de las noticias del teletexto.

Este modelo de mediación se corresponde con el propuesto por autores, como José María Casasus, que descomponen el análisis de los contenidos de los medios de comunicación también en dos planos: el morfológico²¹ y el de contenido.²²

²¹ "La palabra morfología significa el estudio de las formas. En botánica, la morfología comprende el estudio de las partes constitutivas de una planta y el de la relación de unas con otras y el conjunto: dicho de otra manera, el estudio de la estructura de la planta." PROPP, V. *Morfología del cuento*. Madrid, Fundamentos, 1974. 2º de, pág. 13.

²² Análisis morfológico. Corresponderá al análisis de los aspectos de la producción formal de noticias. Se basa en una descomposición morfológica de las superficies destinadas a la información en el teletexto, y en la disección de los elementos de estructura que lo componen. La superficie impresa en nuestro caso el total de páginas del servicio de teletexto se divide en torno a dos grandes campos: la superficie redaccional o periodística propiamente dicha información noticiable y el resto de los contenidos del servicio de teletexto.

Análisis del contenido. Se trata de aislar y examinar todos los elementos que intervienen en el proceso de semantización del mensaje y que constituyen el contenido manifiesto del medio.

CASASUS, J. M. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, DOPESA, 1972, pág.92-101.

La producción de la referencia en las noticias de teletexto requiere de la práctica mediadora de las instituciones comunicativas entre el sistema de referencia y el sistema comunicativo. Dicha tarea comunicativa responde a los dos tipos de mediación (tecnológica y comunicativa), que corresponden con los dos planos de la producción de la referencia.

2.4.1.1. Composición Formal. (mediación tecnológica o estructural).

Cada medio de comunicación impone unas restricciones o limitaciones formales y tecnológicas a la producción de la referencia de sus productos comunicativos.

Dichas limitaciones, en el caso de las noticias del teletexto, se refieren en primer lugar a la configuración formal del medio, que conforma sus informaciones en páginas. Y en segundo lugar, a la estructuración en secciones periodísticas, en las que el teletexto encuadra/estructura sus noticias.

a) La producción de la referencia en el teletexto viene determinada por las propias limitaciones comunicativo/estructurales del medio; es decir, al tratarse de un “periódico electrónico”, difunde sus contenidos en páginas.

El modelo que impone el teletexto para la producción de noticias limita que cada noticia ocupe como máximo una página completa del medio. Esto supone que para la confección de la referencia el mediador se vea en la necesidad de ajustar la cantidad de información sobre el objeto de referencia al espacio acotado por el tamaño de una página.

La producción de las noticias en cuanto a la cantidad de información ofrece una gama de posibilidades muy diversa según los medios. Dependiendo de la mayor o menor importancia que un determinado medio conceda a un acontecimiento, utilizará mayor o menor espacio, y por tanto información, en la elaboración de las noticias. Frente a la diversidad de modelos de noticias que ofrecen medios como la televisión, y especialmente la prensa; en el caso del teletexto, las constricciones tecnológicas impuestas por el medio, así como el desarrollo generalizado de la producción de noticias en los servicios de todo el mundo, ha impuesto una estandarización de la cantidad de información a la hora de confeccionar las noticias. El teletexto reduce los modelos de fabricación de noticias a dos tipologías diferenciadas:

1. Noticias que se confeccionan utilizando una media de treinta palabras, que carecen de titulares, y se presentan varias agrupadas en una misma página del servicio. Las hemos denominado noticias Breves.

2. Noticias elaboradas con un promedio de sesenta palabras, que siempre contienen un titular de Sumario y un titular de Cuerpo, y ocupan toda una página del servicio. Se denominan noticias Ampliadas.

b) El teletexto, como la mayor parte de los MCM, organiza sus contenidos, y concretamente sus noticias, agrupándolos en torno a secciones informativas (temático-geográficas).

Una de las tareas encargadas al mediador de teletexto es la de asignar las noticias a una de las secciones en que el medio clasifica sus

informaciones. Las secciones en el teletexto, al contrario que en la prensa donde generalmente hay una uniformidad seccional en todos los medios, no son las mismas para todas las instituciones comunicativas que difunden servicios de teletexto, sino que cada teletexto impone sus propios criterios a la hora de *seccionar* sus noticias. También es cierto que las secciones clásicas (Nacional, Internacional, Deportes, etc.) si suelen ser compartidas por todos los servicios de teletexto.

La tarea comunicativo/estructural de asignar por parte del mediador una noticia a una determinada sección, conlleva un ejercicio de tematización que incide o puede incidir en los contenidos y en las representaciones que les llegan a las audiencias.

2.4.1.2. Producción Referencial. (mediación comunicativa o referencial).

El trabajo comunicativo en el caso de las noticias de teletexto se debe ajustar, en primer lugar, a las características tecnológico/estructurales impuestas por el medio, que hemos citado en el apartado anterior. El segundo plano de esta labor encomendada a los periodistas o redactores de teletexto es el que corresponde al de la mediación referencial o comunicativa.

Las labores comunicativas o referenciales que debe llevar a cabo el mediador de teletexto a la hora de confeccionar los productos comunicativos, y en el caso que nos ocupa las noticias, tienen por objetivo la producción, selección y tratamiento de la información para ponerla al servicio de los

receptores. Es esta mediación la que afecta a los contenidos propiamente dichos de las noticias de teletexto.

El modelo de mediación referencial propuesto para el análisis de las noticias de teletexto es abordado en esta investigación desde cuatro aspectos comunicativos diferenciados:

1. Selección y Composición Referencial de la noticia.
2. Contacto o Nivel de Actualidad de los Objetos de Referencia.
3. Selección y Tratamiento de los Datos de Referencia.
4. Estructuración Composicional de los Datos de Referencia.

2.4.1.2.1 Selección y Composición Referencial de la noticia.

Entre lo que sucede en el entorno social, los redactores de la noticias de teletexto seleccionan determinados acontecimientos del ámbito sociopolítico o de la vida cotidiana, que pueden ser actuales o no actuales, con la finalidad de dar pública noticia de ellos.

Dicha selección de los acontecimientos en el caso del teletexto, como ya hemos citado con anterioridad, no procede de la experiencia directa del mediador en el desarrollo de los referentes; sino que los referentes seleccionados por el teletexto provienen de una selección anterior llevada a cabo por fuentes indirectas, como pueden ser las agencias de noticias o las cadenas de televisión. “Las agencias de noticias son consideradas como la fuente informativa por excelencia. Según diversos autores cumplen un papel

importante, tanto cuantitativa como cualitativamente, pues oficializan y dan existencia “verdadera” a la noticia. Las agencias de noticias son medios de comunicación, un eslabón anterior en la cadena informativa, que ofrece información ya seleccionada y elaborada.”²³

Esta mediación sobre la mediación que se efectúa a la hora de seleccionar y confeccionar las noticias de teletexto, supone una doble limitación comunicativa que se ejerce sobre los acontecimientos de los que se va a informar. Ya que el periodista/mediador deberá elegir un cierto punto de vista sobre el acontecer, entre los puntos de vista que han sido seleccionados con anterioridad por otros mediadores.

La tarea mediadora de los periodistas que confeccionan noticias de teletexto, a este nivel, entronca con el estudio de la fuente informativa que realiza U. Eco, y coincide con lo que él denomina una “situación de idealismo objetivo”²⁴:

Hasta aquí hemos dado cuenta de la labor de selección referencial que llevan a cabo los redactores de noticias; ahora trataremos de explicar la tarea mediadora que denominamos *Estructura o Composición referencial de las noticias de teletexto*.²⁵

²³ VILLAFANE, J., BUSTAMANTE, E. y PRADO, E. *Fabricar noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión*. Barcelona, Mitre, 1987. Pág. 58

²⁴ “Existe una fuente de la noticia, que es un dato de la realidad independiente; después la información, que está al servicio fiel de la realidad objetiva, transforma los hechos, a los que accedió a través de la fuente, en mensajes y los distribuye a los destinatarios....El periodista que parece que explique un hecho, en realidad lo que hace es explicar el testimonio de un presunto hecho. Nos encontramos ante la producción de noticias a través de noticias.” ECO, U. *Obbiettività dell'informazione*. 1979, Pág. 26-27.

²⁵ Es incontestable que se pueden estudiar los fenómenos y los objetos que nos rodean desde el punto de vista de su composición y de su estructura. PROPP, V. *Morfología del cuento*. Madrid, Fundamentos, 1974. 2º ed.

El mediador de noticias de teletexto una vez llevada a cabo la selección de aconteceres de los que va a dar cuenta el medio, procede a una segunda tarea de selección (mediación comunicativa), que consiste en la composición referencial de la noticia.

Las informaciones de teletexto pueden ser confeccionadas dando cuenta en el espacio destinado para una sola noticia (una página como máximo) de un sólo referente o de más de un referente (en esta investigación se tomaron en cuenta las noticias que contenían hasta cuatro unidades referenciales distintas).

Entendemos por referente o unidad referencial como cada uno de los hechos diferenciales que tienen sentido por sí mismos.

La estructura referencial de las noticias de teletexto se define por la presencia de una o varias unidades referenciales agrupadas en torno a un referente más general que servirá de vínculo entre las distintas unidades. Las Unidades Referenciales serán las unidades que dentro de una misma noticia y de un mismo referente general, tienen sentido por sí mismas y tomadas independientemente darían forma completa a un referente más concreto.

Las noticias de teletexto pueden componerse de una o varias unidades referenciales para configurar la información relativa a un referente más genérico, o mejor dicho más amplio.

Así pues, la composición referencial de las noticias de teletexto puede ser:

- Unirreferencial. Cuando una noticia se elabora ofreciendo información sobre una sola unidad referencial.

- Multirreferencial. Cuando una noticia se elabora ofreciendo información sobre más de una unidad referencial.

Por la brevedad y las constricciones de espacio del medio teletexto son casos muy aislados los de las noticias que puedan contener más de cuatro unidades referenciales. Por una cuestión de economía funcional y de análisis se han desestimado las unidades referenciales superiores a cuatro en las noticias de la muestra.

2.4.1.2.2. Nivel de Actualidad de los referentes de las noticias de teletexto.

Otro aspecto referencial de las noticias de teletexto es su Nivel de Actualidad, que no es otra cosa que el mayor o menor contacto de la noticia con la actualidad. Según Carmen Alcalde²⁶, el principal requisito que debe cumplir un hecho para ser noticia debe ser su actualidad. Otros autores aún van más allá y consideran que las noticias forman parte de la actualidad, “la actualidad está constituida por todas las noticias de todos los temas, armónica y proporcionalmente seleccionadas, ordenadas y servidas al lector.”²⁷

Las noticias de teletexto en cuanto a su *novedad/permanencia* en el medio pueden ser:

²⁶ “¿Qué es la noticia? La noticia no sólo es la información sobre un tema determinado, porque para que sea considerada como tal debe cumplir con su principal requisito: la actualidad. La noticia se basa sobre todo en el hecho que acaba de ocurrir.. Luego sobre esa noticia, se producen y elaboran otros géneros periodísticos como el comentario, el reportaje, la columna informativa, etc.” ALCALDE, C. *Como leer un periódico*. Barcelona, ATE, 1981, pág. 80

²⁷ ORTEGO COSTALES, J. *Noticia, Actualidad, Información*. Pamplona, Universidad de Navarra, 1966, pág. 126.

- Actuales. Cuando la noticia contiene indicios suficientes para determinar que aparece por primera vez en el medio; es decir, es novedosa.

- Permanecen de Actualidad. Es el caso de las noticias que dan cuenta de referentes anteriormente mencionados, pero que por su relevancia continúan siendo de actualidad. Se trata de las noticias que ofrecen nuevos contenidos informativos sobre referentes que permanecen durante algún tiempo en el teletexto. "Hay acontecimientos que pueden y deben ser enriquecidos con un repertorio de datos complementarios. En resumen, noticias AMPLIABLES, que merecen un plan de desarrollo, puesto que tienen fuentes de riqueza por explotar."²⁸

- No Consta Actualidad. Aquellas noticias en que no se puede determinar si son mencionadas por el medio por primera vez (Actuales), o pertenecen a referentes ya mencionados en otras ocasiones (Permanecen de Actualidad).

- No Actuales. Las noticias que han salido de la actualidad. Aquellos casos en que se ofrece información sobre referentes pasados o futuros, que no guardan relación con la Actualidad.

2.4.1.2.3. Selección y Tratamiento de los Datos de Referencia.

Una vez seleccionados los acontecimientos (referentes) sobre los que se va informar (noticias), el mediador de teletexto debe emprender la tarea de seleccionar los datos de referencia pertinentes para sus intereses y

²⁸ ORTEGO COSTALES, J. *Noticia, Actualidad, Información*. Pamplona, Universidad de Navarra, 1966, pág. 141.

necesidades, y para los intereses y necesidades de la audiencia. Con dichos datos de referencia confeccionará las expresiones (que deben ajustarse al espacio destinado para la noticia) que serán difundidas a la audiencia en forma de producto comunicativo. Dichos productos llegan a los receptores, quienes seleccionan determinados datos de referencia de entre los que se le ofrecen; los relacionan con otros datos procedentes de otras fuentes, o de su experiencia propia, creándose unas representaciones subjetivas del acontecer.

De la selección y tratamiento que el mediador lleve a cabo con los datos de referencia sobre un determinado objeto de referencia, dependerá el contenido informativo de las noticias, y por ende las representaciones que se pongan al servicio de la audiencia sobre ese determinado referente.

Retomamos de nuevo la definición del objeto formal de esta tesis, que se define de forma concisa en el análisis de *las noticias de teletexto como sistema organizado de datos de referencia*.

Ante el repertorio inabarcable de datos de referencia que se pueden obtener de todo acontecer el mediador selecciona los que cree responderán mejor a sus intereses y necesidades, y a los de la audiencia.

En esta investigación, también hemos llevado a cabo un *proceso de mediación* a la hora de acotar la tipología de datos con los que las noticias del teletexto construyen la referencia informativa que mejor se adaptan a nuestros objetivos y perspectivas de análisis de las noticias de teletexto.

Las restricciones tecnológicas y, por tanto, las expresivas del medio teletexto condicionan la cantidad de información que puede aparecer de un determinado acontecer. La limitación comunicativa que encuentra el

mediador para confeccionar las representaciones sobre un determinado referente, repercute en la utilización de tan sólo unos pocos tipos de datos de referencia que puede utilizar para explicar lo acontecido.

En nuestra investigación se han considerado suficientes y pertinentes para el análisis sistemático de las noticias de teletexto los siguientes:

- Datos relativos a la acción (Qué)
- Datos relativos a los actores (Quién)..
- Datos relativos al tiempo (Cuándo).
- Datos relativos al espacio (Dónde).
- Datos relativos a las causas (Por qué).
- Datos relativos a las consecuencias (Para qué).
- Datos relativos a la asignación de la información (Fuente).
- Datos relativos a la función explícita de los personajes (Rol).

Dentro de los datos de referencia que pueden seleccionarse en las noticias de teletexto, esta tesis trata del análisis de la información relativa a estos ocho tipos de datos de referencia.

La primera labor que debe llevar a cabo el mediador de teletexto a la hora de confeccionar comunicativamente la noticia será la de seleccionar los tipos de datos de referencia sobre los que confeccionar el contenido de la misma. Así, en unos casos el mediador construirá la noticia ofreciendo

información acerca de todos estos datos de referencia seleccionados, mientras que en otros casos optará por ofrecer información relativa a unos tipos de datos de referencia y prescindirá de información sobre otros, atendiendo a los criterios comunicativos que persiga.

Dadas las limitaciones espaciales que impone el medio, es muy poco frecuente que el periodista confeccione noticias que den cuenta de aspectos relativos a todos los tipos de datos de referencia seleccionados, es decir, que ofrezcan información sobre unas acciones que son desempeñadas por unos personajes con unos determinados roles, en un tiempo y lugar determinado; que tienen unas causas y acarrear unas consecuencias. En base a información obtenida de unas fuentes.

Es habitual que el mediador elabore el contenido de la noticia acotando la información sobre unos determinados datos de referencia en detrimento de otros, para ajustarse al espacio y a los objetivos comunicativos suyos y de la audiencia.

De la tarea de *rutinización* que llevan a cabo los mediadores del teletexto en cuanto a la presencia o ausencia de información en la noticia acerca de las distintas clases de datos de referencia se proponen dos tipos de análisis:

1. Análisis de la Estructura Composicional de los datos.

Como ya hemos dicho anteriormente es muy poco frecuente que en las noticias de teletexto el mediador ofrezca información sobre todos los datos de referencia. Se trata entonces de descubrir cuáles son las estructuras

o combinaciones de tipos de datos de referencia más habituales o que son primadas por el mediador a la hora de elaborar las noticias de teletexto.

Por ejemplo, en la siguiente noticia de teletexto:

“Los Rolling Stones anunciaron la suspensión de su gira europea en una rueda de prensa celebrada esta mañana en Nueva York.”

La estructura composicional de los datos de referencia de esta noticia sería: *Actor- Acción -Espacio-Tiempo.*

2. Análisis de la Estructura de Orden de los datos.

Una vez descubiertas las estructuras composicionales de los datos de referencia, un segundo plano de análisis sería el de desentrañar el orden con que el mediador confecciona la información sobre los datos de referencia. Debido a la brevedad y concisión de las noticias de teletexto, se pueden descubrir las estructuras de orden de los datos de referencia utilizadas por los redactores de teletexto. Estas estructuras se refieren al orden de aparición en la noticia de las clases de datos que utiliza, es decir, el orden en que aparece la información sobre los datos de referencia.

En la noticia anterior, su estructura de orden sería:

1. Actor. 2. Acción. 3.Tiempo. 4 Espacio.

2.4.1.2.3.1. Modelo de análisis de los Datos de Referencia en las noticias de teletexto.

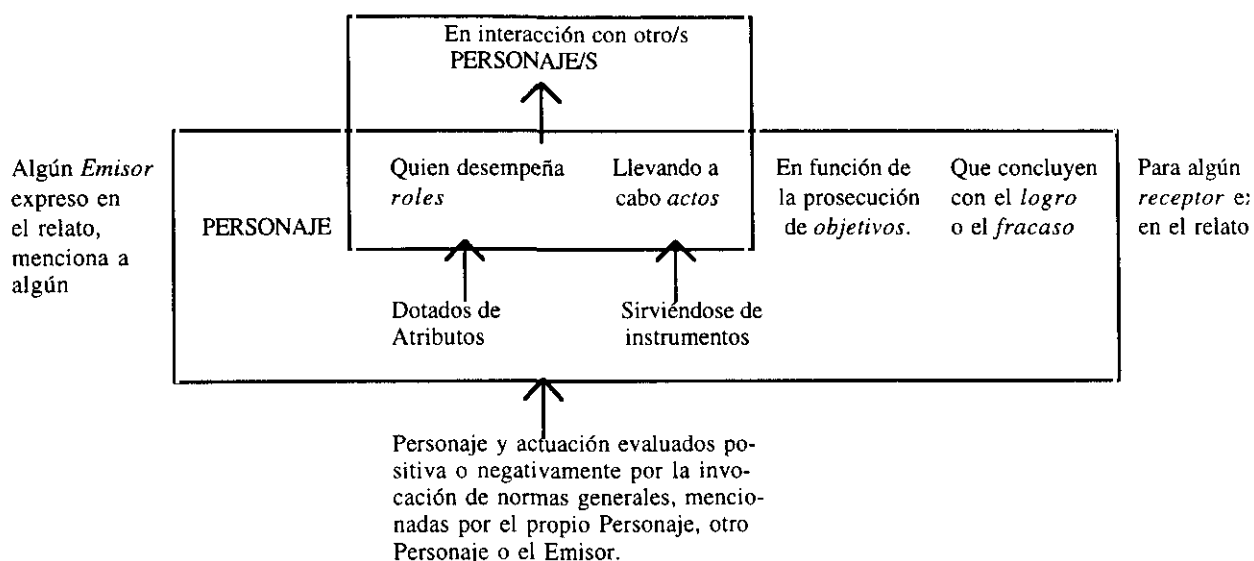
El análisis de contenido, como propone Manuel Martín Serrano, consiste en identificar la forma en que el medio realiza su labor de mitificación cuando relaciona la noticia de lo que acontece con las normas y los valores sociales.

El modelo de análisis lo sintetiza dicho autor²⁹ en el siguiente cuadro que modeliza la mediación cognitiva:

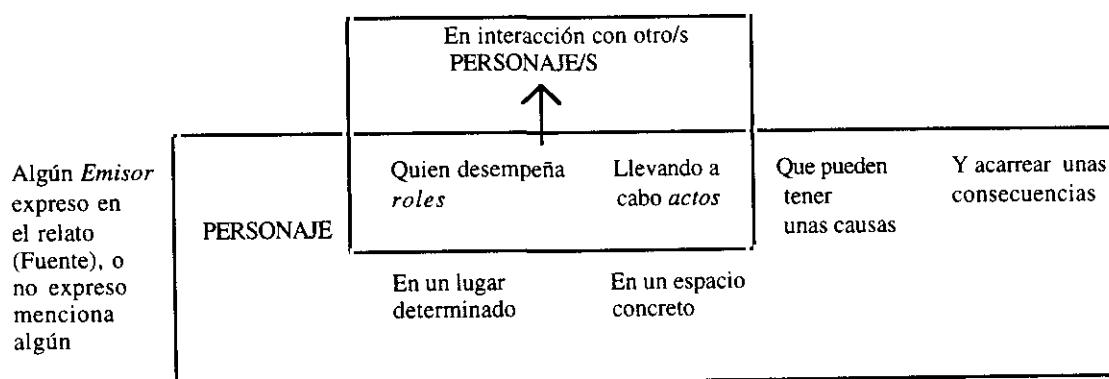
²⁹ “Los datos de referencia incluidos en el producto comunicativo mencionan a determinados sujetos, concernido de una u otra forma por el acontecer, que asumen la función de Personajes del relato. Cada Personaje desempeña uno o varios Roles o papeles, en su relación con los Otros y con el entorno. El personaje, en el desempeño de cada rol, puede y suele estar descrito con determinados atributos (físicos, sociales, morales, etc). Los personajes persiguen un repertorio más o menos amplio de objetivos de todo tipo (personales, grupales; materiales inmateriales, etc.). Con el fin de alcanzar esos objetivos, tienen que establecer relaciones con los otros Personajes, que se expresan como interacciones a determinados instrumentos. El comportamiento del Personaje, en conexión con el logro o con el fracaso de sus objetivos. Esa conducta puede estar sancionada con aprobaciones o desaprobaciones explícitas en el relato, que indican la existencia de controles y de controladores, y de normas para pautar la forma en la que el Personaje desempeña el rol. Finalmente el relato puede indicar cuál es y para quién o para quiénes ha sido producido (Receptores).”

MARTIN SERRANO.M. *La producción social de comunicación* Alianza. Universidad, Madrid 1986, pág. 139-140.

MODELO CANONICO PARA EL ANÁLISIS DE LA MEDIACIÓN COGNITIVA.
ESTUDIO DE LOS DATOS DE REFERENCIA PROPUESTOS EN LOS RELATOS.

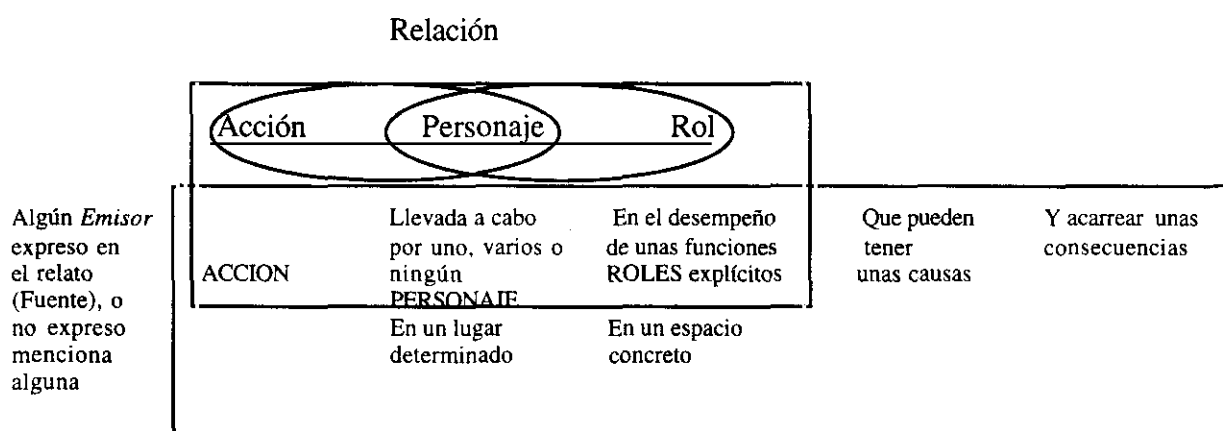


Una readaptación del modelo de análisis cognitivo propuesto por Martín Serrano podría ser de utilidad para el estudio del modelo propuesto para el análisis de la mediación cognitiva, y concretamente del modelo de análisis de los datos de referencia en las noticias de teletexto. Dicha readaptación se expresaría en el siguiente cuadro:



Este esquema de análisis de la referencia ha servido como base para múltiples investigaciones comunicativas realizadas desde el Dpto. de Sociología IV (Teoría de la Comunicación) de la Universidad Complutense de Madrid. El modelo parte del personaje como desencadenante del análisis de la noticia. Dicho modelo podría ser de utilidad para el análisis de la referencia de las noticias de teletexto; sin embargo, en nuestra investigación sólo se toman como personajes los personajes humanos, con lo que pueden existir noticias en las que no existan personajes (como nosotros los definimos). Por ejemplo, en las noticias de desastres naturales, donde no aparecen personajes (humanos).

Por esta razón, proponemos otro modelo de análisis no excluyente, que en lugar de poner el énfasis en los personajes (Quién), pueda hacerlo desde uno, otro, o desde las interrelaciones entre los distintos datos de referencia.



Así, por ejemplo, el análisis podría partir desde la acción o desde cualquier otro tipo de dato. De manera que, los datos de referencia que forman parte de las noticias de teletexto, pueden remitir en primer lugar

algún Emisor expreso (Fuente Informativa), o no expreso que da cuenta de determinadas Acciones, que son desempeñadas por ninguno, uno o varios Personajes; los cuales participan o pueden participar en una o varias acciones. Estos personajes desempeñan o pueden desempeñar uno o varios Roles o funciones sociales. Que se producen en un Espacio y un Tiempo determinado. Y que pueden tener unas Causas y acarrear unas Consecuencias.

Desde esta perspectiva de análisis, que entronca con el modelo de análisis de Vladimir Propp³⁰ sobre los cuentos maravillosos, se puede llevar a cabo el análisis de las noticias de teletexto del mismo modo que Propp lo hace en los cuentos maravillosos: la pregunta fundamental o desencadenante es qué (acción); siendo quién, cuándo, dónde, por qué, etc., preguntas accesorias para que se produzca un acontecer que pueda ser recogido como noticia por el teletexto.

El análisis de la referencia en los relatos de los productos comunicativos se puede afrontar indistintamente partiendo de los personajes como aspecto desencadenante del acontecer, o partiendo de las acciones, de los roles que desempeñan los personajes, de la temporalidad o la espacialidad, etc.

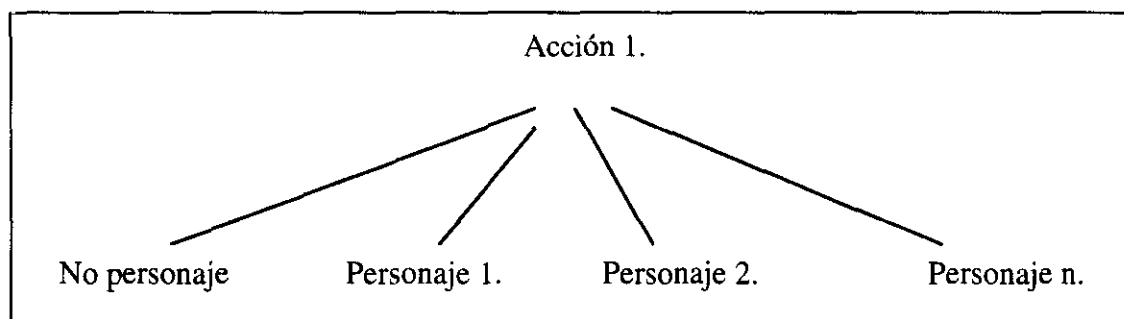
Ahora bien, las investigaciones llevadas a cabo desde el citado Dpto. proponen el análisis de los relatos como estructuras actorales en árbol: es decir, parten habitualmente de un personaje definido por uno o varios roles, puede desempeñar una o varias acciones. Donde cada personaje es el elemento diferenciador y desencadenante del resto de los análisis.

³⁰ PROPP, V. *Morfología del cuento*. Madrid, Fundamentos, 1974. 2º de, pág.32.

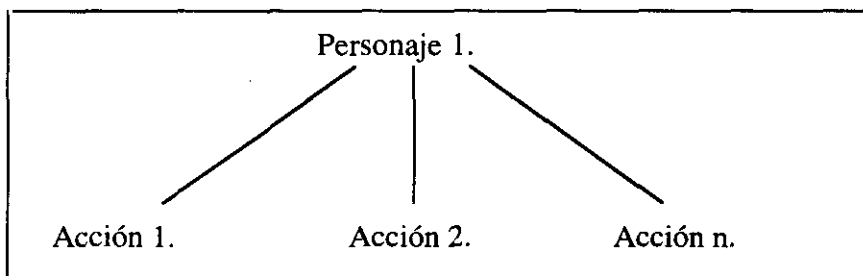
Nuestro modelo de análisis pretende sustituir el análisis de esas estructuras en árbol por estructuras de malla o de red, que recojan las múltiples relaciones entre los datos. Por ejemplo, el estudio de las relaciones Acción-Personaje-Rol, remite al análisis de todas las posibilidades de relación entre las distintas clases de datos de referencia:

1. Una misma acción puede ser llevada a cabo por uno, varios personajes o por ningún personaje; al mismo tiempo, un solo personaje puede llevar a cabo una o varias acciones distintas.

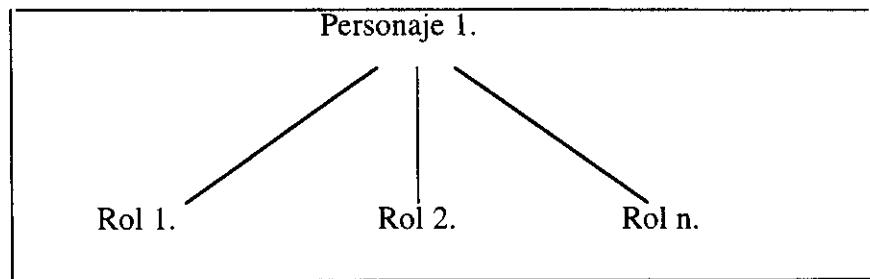
2. Un determinado personaje puede aparecer desempeñando un solo rol explícito en la noticia, varios roles, o ninguno; del mismo modo que un mismo rol explícito puede ser desempeñado por un personaje determinado o por varios personajes diferenciados.



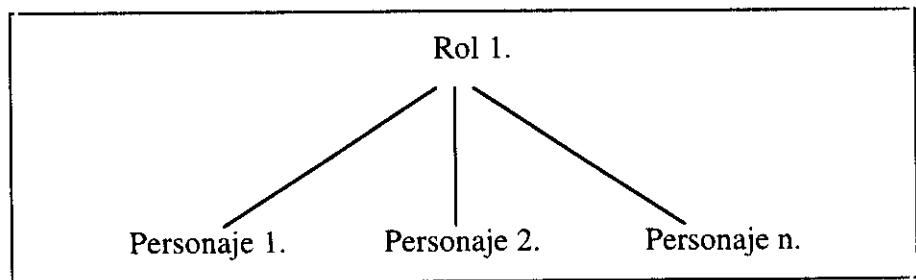
Una misma acción puede ser llevada a cabo por uno o varios, o por ningún personaje humano.



Un mismo personaje puede desempeñar una o varias acciones distintas dentro de una misma noticia.

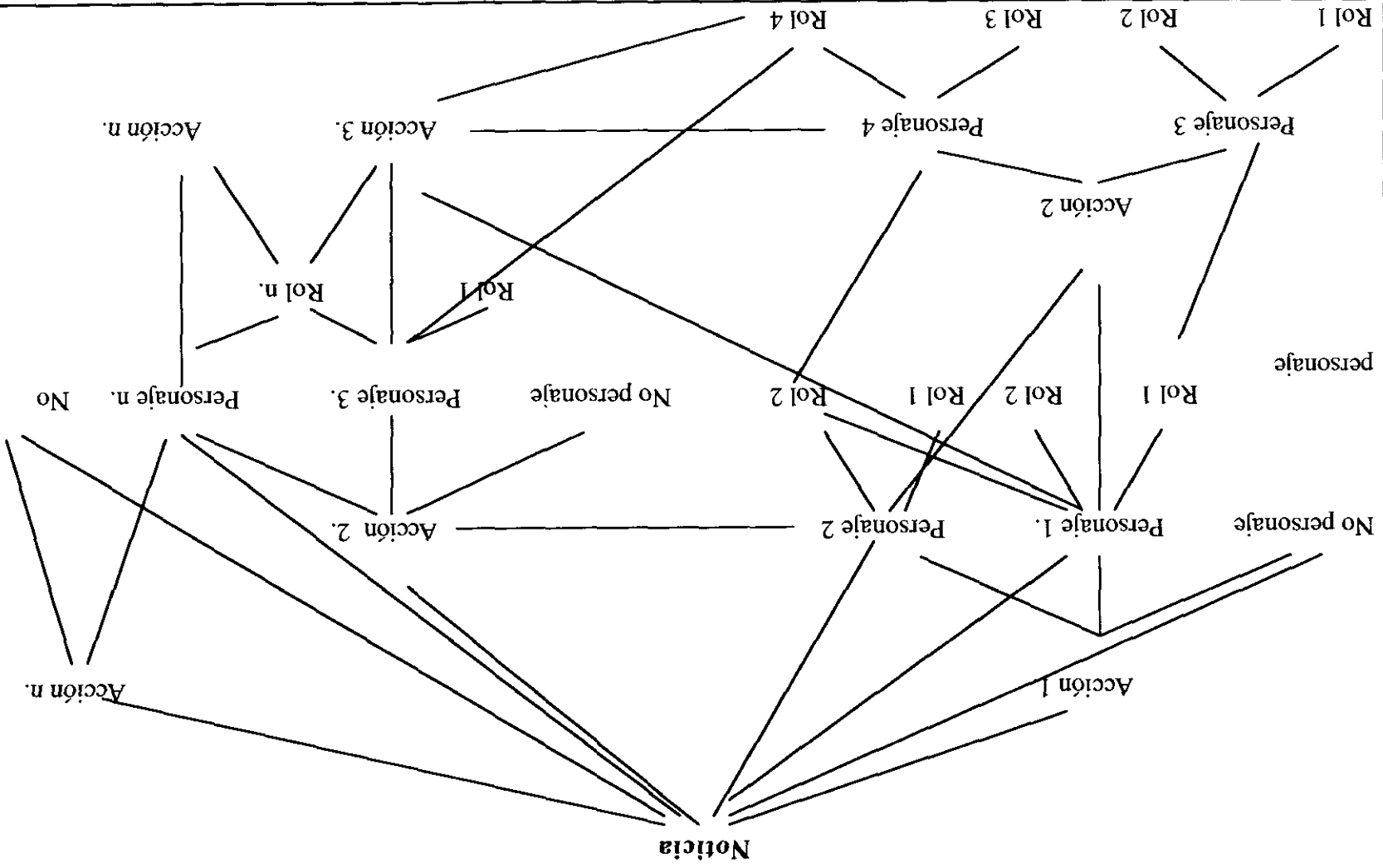


Un mismo personaje puede desempeñar una o varias funciones explícitas (Roles) dentro de una misma noticia.



Un mismo rol puede ser desempeñado por un solo personaje o por varios en el desarrollo de una noticia de teletexto.

**ANÁLISIS DE LAS NOTICIAS EN CUANTO A LAS ESTRUCTURAS
DE RED RELATIVAS A LAS RELACIONES ACCIONES-ACTORES-ROLES.**



2.4.1.2.3.2. Análisis de los datos de Referencia de las noticias de teletexto.

El tratamiento de los datos de referencia por parte del mediador de teletexto, necesita un análisis específico de cada una de las clases de datos que se manejan para confeccionar la referencia de las noticias:

- 1- Análisis de la Acción (Qué)
- 2- Análisis de los Personajes (Quién).
- 3- Análisis del Rol (la función explícita de los personajes).
- 4- Análisis de la Temporalidad. (Cuándo).
- 5- Análisis del Espacio (Dónde).
- 6- Análisis de las Causas (Por qué).
- 7- Análisis de las Consecuencias (Para qué).
- 8- Análisis de Fuente (de la asignación de la información).

1. Análisis de la Acción en las noticias de teletexto.

El análisis que se propone en esta tesis para el estudio de las acciones de teletexto responde a dos planos:

- a) Temática de la Acción.

El primer nivel de análisis responde a que cada acción remite a un cierto tema concreto y a alguno más o menos general. Pero también puede remitir a varios temas concretos, y por tanto a varios temas generales.

En el segundo nivel de análisis se agruparán las acciones en aquéllas que pertenezcan al plano de lo público y las que pertenezcan al ámbito de lo cotidiano.

b) Comunicatividad de la Acción. Se trata de analizar las acciones atendiendo a si se trata de acciones ejecutivas o expresivas:

Acciones Expresivas o Comunicativas. Son acciones orientadas a la interacción por la vía de la comunicación. *Trata de ajustar el comportamiento propio y el del Otro mediante la introducción de señales en el sistema de interacción, las cuáles permiten controlar el intercambio de energía entre los Actores.*³¹

Acciones Ejecutivas. Son acciones que persiguen la interacción por la vía de la coactuación y no por el de la comunicación. *Trata de ajustar el comportamiento propio y el del Otro mediante la aplicación de más energía en el sistema de interacción.*³²

2. Análisis de los Personajes en las noticias de teletexto.

El estudio de los personajes se lleva a cabo atendiendo a los siguientes criterios:

³¹ MARTÍN SERRANO, M. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid, Cuadernos de la Comunicación, 1982, pág. 179.

³² MARTIN SERRANO, M. y otros. *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid, Alberto Corazón ed., Cuadernos de la Comunicación, 1982. 2º ed., Pág. 31.

- Naturaleza del Personaje: Se refiere a si el personaje es de naturaleza humana o se trata de organizaciones.

- Género de los personajes. Cuando proceda. Se recogerá si se trata de actores masculinos, femeninos, o no se puede discernir el género.

- Individualidad de los personajes. Se analiza si se trata de personajes individuales o colectivos.

- Institucionalidad de los Personajes. Se recoge el plano al que pertenece el personaje (público o cotidiano).

- Identificación de los personajes. Si los personajes son identificados literalmente en la noticia por su nombre, por su función³³.

- Singularidad de los personajes. Se trata de recoger si el mediador presenta los personajes en singular o en plural.

3. Análisis de los Roles en las noticias de teletexto.

Como hemos esbozado con anterioridad, en nuestra investigación sólo se toman en cuenta las funciones sociales (roles) de los personajes que aparecen de forma explícita en la redacción de la noticia.

El análisis de los roles manifiestos se lleva a cabo atendiendo a la temática de la función social a la que pertenecen. Cada Rol remite a un cierto tema concreto y a alguno más o menos general. Pero también puede remitir a varios temas concretos, y por tanto a varios temas generales.

³³ "Por función, entendemos la acción de un personaje definida desde el punto de vista de su significación en el desarrollo de la intriga". PROPP, V. *Morfología del cuento*. Madrid, Fundamentos, 1974. 2º ed.

En el segundo nivel de análisis se agruparán las funciones de los personajes en aquellas que pertenezcan al plano de lo público y las que pertenezcan al ámbito de lo cotidiano.

4. Análisis de la Espacialidad en las noticias de teletexto.

En esta tesis se recogen los espacios en cuanto a espacios geográficos donde se producen los acontecimientos que se relatan en las noticias de teletexto. Interesa a nuestra investigación en primer lugar discernir si se trata de noticias cuya espacialidad geográfica pertenece a España o al Extranjero.

En un segundo nivel se clasificarán las noticias tanto nacionales como internacionales en cuanto a criterios geográficos.

Y en tercer lugar, en el caso de las noticias nacionales, interesa saber si guardan relación o refieren a otros países distintos a España; y en el caso de las noticias internacionales si afectan a España.

5. Análisis de la Temporalidad en las noticias de teletexto.

La temporalidad consiste en la referencia directa o indirecta a una carrera de acontecimientos o a un dato cronológico determinado del cual forma parte el hecho semantizado.³⁴

Para el análisis de las noticias de teletexto tomamos el concepto de “Historicidad”; concepto utilizado por Manuel Martín Serrano para el análisis de la temporalidad en los productos comunicativos.

³⁴ CASASUS, J. M. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, DOPESA, 1972, pág. 68.

“Historicidad” es el tiempo histórico que se acota en el relato, entre el acontecer que antecede y el que sucede después de los otros.”³⁵

Las modalidades de historicidad que se pueden recoger en las noticias de teletexto provienen de las combinaciones de presente, pasado y futuro.

Así, los tipos de temporalidad³⁶ que aparecen en las noticias de teletexto son:

Pasado.

Pasado/Presente.

Pasado/Futuro.

Presente.

Presente/Futuro.

Futuro.

Pasado/Presente/Futuro.

6. Análisis de la Causalidad en las noticias de teletexto.

La imposibilidad de abarcar todo el análisis del campo de la referencia, por motivos de tiempo y funcionalidad, en nuestra investigación tan sólo se analizan las causas de las noticias al nivel presencia/ausencia de causas.

³⁵ MARTÍN SERRANO, M, *La Producción Social de Comunicación*, Pág. 199

³⁶ “Sería erróneo aferrarnos a la idea de que sólo lo ocurrido, o lo que acaba de ocurrir lo inmediato es noticiable, pues los hechos futuros y probables y hasta los imposibles e inciertos; y los imaginarios ideas pueden ser dignos de ser publicados como noticias, si son relevantes o interesantes.” ALCALA, G. *Hecho noticiable y noticia*. Caracas, Editorial Ateneo, 1980, pág. 40.

7. Análisis de la Consecuencialidad en las noticias de teletexto.

Lo mismo sucede con el análisis de la consecuencialidad, de manera que nuestro estudio se limita a recoger la presencia o ausencia de consecuencias en las noticias de teletexto

8. Análisis de la Fuente Informativa en las noticias de teletexto.

“Las noticias son un producto de transacciones entre periodistas y sus fuentes. La fuente principal de la realidad para las noticias no es lo que se muestra o lo que ocurre en el mundo real. La realidad de las noticias está incrustada en la naturaleza y en el tipo de relaciones sociales y culturales que se desarrollan entre periodistas y sus fuentes, y en la política de conocimiento que aparece en cada ronda de noticias específica.”³⁷.

En el proceso de producción de la referencia de las noticias de teletexto el mediador puede seleccionar una serie de fuentes informativas a las que atribuir toda o parte de la información de la noticia. Con el fin de dar una mayor credibilidad y objetividad a los datos que aporta; con la intención de desmarcarse de determinadas opiniones vertidas por la fuente, etc.

No hay que olvidar que la adscripción de la información de una noticia a una fuente informativa requiere de una elección por parte del mediador de un cierto punto de vista. Por tanto el uso de la fuente informativa sigue siendo una forma de control de los MCM sobre la información que difunden.

³⁷ JENSEN, K. B. y JANKOWSKI, N. W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch Comunicación, 1993, pág. 109.

El análisis de la fuente informativa que proponemos para nuestra investigación es el siguiente:

a) Tipo de Atribución de la Fuente.

El mediador de teletexto puede presentar a la fuente en la noticia de forma nominal (por su nombre concreto) o de forma Genérica (de forma más general y diluida, por ejemplo, fuentes policiales, fuentes bien informadas, etc.). Existen otro tipo de atribuciones en las noticias periodísticas (fuentes reservadas, off the record, etc.)³⁸, pero no se han tomado en cuenta en esta investigación debido a que son muy poco frecuentes en las noticias de teletexto.

b) Nivel de Atribución de la Fuente.

La información remitida a una fuente puede hacerse de formal.

Total. Se remite toda la información de la noticia a la fuente.

Parcial. Sólo se remite parte de la información de la noticia a la fuente.

c) Forma de Atribución de la Fuente.

La forma en que el medio presenta la información remitida a la fuente puede ser mediante:

Paráfrasis. Se parafrasea la información remitida a la fuente.

³⁸ Petra Secanella hace una clasificación de los tipos de atribuciones de información a las fuentes:

a) Atribución directa: Atribuible y citable.

b) Atribución con reservas: citable pero no atribuible.

c) Atribución con reserva obligada: el periodista habla en nombre propio sin citar la fuente.

Atribución de reserva total: sería la información "off the record", ni se cita ni se atribuye.
SECANELLA, P. *El lid: fórmula inicial de la noticia*. Barcelona, ATE, 1980.

Comillas. Se entrecomilla la información que proviene de la fuente.

Ambos. Cuando se utilizan en una misma noticia la paráfrasis y las comillas para remitir la información a una fuente.

d) Individuación de la Fuente.

Cuando la atribución de una información proviene de una fuente:

Individual o Colectiva.

e) Comunicatividad de la Fuente.

Cuando la información atribuida proviene de una fuente de origen comunicativo (empresas comunicativas o profesionales de la información) o no comunicativo.

f) Nominación de la Fuente.

El medio presenta la fuente informativa o bien por su nombre, por su función o por ambas cosas.

g) Institucionalidad de la Fuente.

Cuando la fuente a la que se remite la información pertenece al plano institucional o no.

h) Plano Narrativo de la Fuente.

Ya hemos mencionado que la utilización de la adscripción de información a una fuente es una forma de control social llevada a cabo por las instituciones mediadoras.

M^a Antonia Arias en su tesis sobre el Actor-Emisor de la Comunicación³⁹ estudia los usos de la fuente como formas de control en la Prensa y que resultan de utilidad para nuestra investigación. Hace una distinción en cuanto al plano narrativo al que remite la fuente:

Plano Narrativo del Acontecer. La fuente está implicada en el Acontecer referenciado.

Plano Narrativo de la Comunicación. Son fuentes mencionadas como productores de información.

2.4.1.2.4. Estructura Composicional de los Datos de Referencia.

El análisis estructural de los productos comunicativos ha sido muy prolífico y abordado desde distintas corrientes de análisis.

Los contenidos de los medios de comunicación se han estudiado como estructuras lingüísticas y gramaticales de palabras, grupos de palabras y oraciones. Utilizando análisis fonológicos, morfológicos, sintácticos o semánticos. No obstante, los textos periodísticos no se caracterizan simplemente en el nivel de las palabras sueltas u oraciones aisladas. Sino que presentan estructuras más complejas y extensas. Por ejemplo, los significados de la oración están conectados con los de otras oraciones, formando secuencias coherentes.

³⁹ Para profundizar sobre el papel de los emisores y las fuentes en la prensa ver: "El Actor-Emisor de la comunicación. *La Representación del mediador de prensa sobre la actividad emisora de Comunicación en el acontecer sociopolítico*". María Antonia Arias Fernández. 1986. Tesis Doctoral.

La organización de los discursos periodísticos en categorías generales también se ha analizado desde la perspectiva de las estructuras convencionales de los relatos, (planteamiento-nudo-desenlace); o desde el punto de vista argumental (premisas-conclusión).

Esta última línea de investigación trata de encontrar los modelos de procesamiento rutinario de información que llevan a cabo las instituciones comunicativas a la hora de confeccionar sus productos comunicativos.

El modelo que proponemos para analizar las estructuras de las noticias de teletexto, lo definimos no como el de análisis de las estructuras textuales, sino como el análisis de las estructuras composicionales.

Melvin Mencher, profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, propone un modelo estructural para el estudio de las noticias. Modelo que ha sido retomado en España por Petra Secanella⁴⁰ para analizar el *lid* o entradilla de la noticia.

La estructura de la noticia es la siguiente:

* *Lid* o primer párrafo de la noticia (Idea A).

* *Cuerpo*:

- Material Explicativo (elaboración de la idea A).
- Material Secundario (subtemas b,c, d, e, etc.).
- Información contextual (*background*).

⁴⁰ SECANELLA, P. *El lid: fórmula inicial de la noticia*. Barcelona, ATE, 1980.

- Más elaboración de la idea A.

Este modelo propuesto por Mencher⁴¹ secciona la noticia en dos partes: el *lid*, que suministra la información fundamental de la noticia, pero no la agota; y el *cuerpo*, que es el desarrollo de la información del *lid*.

En el caso de las noticias de teletexto, debido a la brevedad de las mismas, son presentadas sin *lid*. Sin embargo, generalmente en el primer párrafo se ofrece toda la información fundamental, y en el resto de la información se desarrolla dicha información fundamental.

Estas similitudes entre el *lid* de las noticias de la prensa y las de teletexto permiten una adaptación de este modelo de análisis estructural composicional a nuestro objeto de estudio, que en nuestro caso vendría dado en primer lugar por una distinción entre dos tipos de material con el cual el mediador va a conformar la noticia.

La estructura composicional que forman los datos de referencia en las noticias de teletexto se enmarca en torno a dos tipos de información diferenciados:

Información Principal. Equivaldría en el esquema de Mencher a la información del *lid*.

⁴¹ Este modelo de descomposición de la noticia en *lid* y *cuerpo* ha sido utilizado por diversos autores, Mencher, Gargurevich, Kayser; en España, Martínez Albertos, Petra Secanella, Mar Fontcuberta, etc. SECANELLA, P. *El lid: fórmula inicial de la noticia*. Barcelona, ATE, 1980. MARTINEZ ALBERTOS, J. L. *Redacción Periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita*. Barcelona, ATE, 1974. FONCUBERTA, M. *Estructura de la noticia periodística*. Barcelona, ATE, 1980. KAYSER, J. *El diario francés*. Barcelona, ATE, 1986. GARGUREVICH, J. *Géneros periodísticos*. Quito. Belén, 1982.

Es el hecho diferenciador que determina que un referente sea ese y no otro. Es la idea principal sobre la que se sustenta el objeto de referencia. Son los datos que dan forma al referente, sin los cuales la noticia no tendría sentido o sería otra. Toda noticia por el hecho de ser noticia contiene este material principal, de lo contrario no existiría.

Información Secundaria. En el esquema de Mencher correspondería con la información del cuerpo de la noticia.

Es aquella que explica, contextualiza o introduce datos adicionales (poco trascendentes) a la información principal. En las noticias de teletexto puede aparecer o no.

Así pues, las noticias de teletexto pueden constar de :

- Material Principal o Sólo Información Principal.
- Material Secundario o Información Principal y Secundaria.

En el caso de que los mediadores de las noticias de teletexto estructuren su información con material secundario, éste puede ser de tres tipos:

Material Explicativo. Es el que desarrolla la información Principal, ofreciendo datos complementarios o aclarativos sobre el referente en cuestión.

Material de Contexto. Como su nombre indica se trata de información que contextualiza la noticia, en el tiempo, en el espacio o en un tema más amplio. Son los antecedentes temáticos, temporales o espaciales que

sirven para entender la noticia dentro de un campo más amplio. En la prensa escrita, las noticias se suelen presentar en un contexto de realidad más amplio, dentro del cuál se localiza el hecho central que motiva el mensaje.

En el teletexto, debido a la brevedad motivada por la ausencia de espacio no es frecuente que las noticias aparezcan contextualizadas, por tanto en el teletexto aparecen con poca frecuencia noticias completas.

Material Alternativo. Son los subtemas relacionados con el tema principal, pero que no se entenderían sin el tema principal. Por si solos no tendrían condición de noticias. Es muy poco frecuente que el mediador introduzca este tipo de información para confeccionar la referencia de las noticias de teletexto.

Gargurevich⁴² sintetiza la estructura de las noticias informativas en la prensa en torno a cuatro párrafos que deberían aparecer en toda redacción de dichas noticias, y que corresponde básicamente con el modelo de estructura composicional utilizado para el análisis de las noticias del teletexto.

Primero: Resumen del hecho, escogiendo cuidadosamente los datos que se considere principales y mayormente dignos de llamar la atención del lector por su importancia.

Segundo: Ampliación de la entrada dando detalles.

Tercero: Explicación de antecedentes, colocando datos que den al lector idea cabal de las razones que dieron origen al hecho.

⁴² GARGUREVICH, J. *Géneros periodísticos*. Quito. Belén, 1982. Pag. 48-49

Cuarto: Detalles que pudieran ser obviados por razones de espacio, diagramación, etc.

Este modelo de análisis de la estructura composicional de las noticias de teletexto pretende encontrar las rutinas utilizadas por las empresas o instituciones comunicativas a la hora de organizar la información en sus productos comunicativos.

Una vez que el periodista del teletexto ha procedido a la selección y el tratamiento de los datos de referencia, debe organizarlos para componer estructuralmente la noticia en relación con su contexto de producción y comprensión. Es decir, la tarea de organizar la información debe ajustarse a las constricciones impuestas por el medio y también al de la comprensión de las representaciones que van a ser puestas a disposición de la audiencia.

La brevedad y concisión de las noticias de teletexto hacen que el mediador tenga que limitar y condensar en lo más esencial el contenido con el que se va a conformar la referencia de dichas noticias. Esta forma comprimida de confeccionar las noticias supone unas similitudes que podrían corresponder con el *lid* de las noticias de prensa. De estas analogías se podría desprender un interesante análisis comparativo entre el *lid* de la prensa y las noticias del teletexto. No obstante, este estudio por razones de funcionalidad y de tiempo/espacio no tendrá cabida en esta tesis doctoral. Sin embargo se trata de un análisis interesante que sería interesante retomar en estudios y trabajos posteriores.

2.4.2. Adscripción de la noticia a Ambitos Temáticos.

Para completar el análisis de la referencia de las noticias de teletexto, no podemos olvidarnos de los significados globales o contenido (los temas) a los que remiten los objetos de referencia, y que son expresados por medio de los datos (de los que hemos dado cuenta en los epígrafes anteriores).

El análisis temático ha sido frecuentemente abordado en los estudios sobre los productos comunicativos, desde las perspectivas de la selección, producción, tratamiento, y consumo de la información.

Esta práctica del análisis referencial de la información entronca con los estudios clásicos de la Agenda Setting o de la Tematización⁴³, y se ha centrado en el control que ejercen los medios sobre los contenidos de los que informan y en sus posibles efectos.

La Teoría de la Agenda Setting parte del poder que ejercen los medios de comunicación de masas, para influir y determinar el grado de atención que el público presta a determinados temas. Aunque se ha centrado en la investigación de la información sociopolítica, su capacidad abarca todos los ámbitos temáticos comprendidos en la actividad de los medios de comunicación.

⁴³ La tematización supone la selección de un tema y su colocación en el centro de atención pública. De hecho, la tematización sirve para que la opinión pública reduzca la complejidad social, y hace posible la comunicación entre los diversos sujetos llamando la atención sobre los temas comunes relevantes. RODRIGO ALSINA, M. *La construcción de la noticia*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1996, pág.135.

La agenda de temas surge de la actividad de los profesionales de la información (mediadores) en el marco de las organizaciones en las que desempeñan su labor comunicativa. La función creadora de agenda, por lo tanto, selecciona de entre muchos algunos temas, silencia o evita otros, determina la importancia o el orden de prioridades y, a través de la presencia selectiva, repetida, constante y pública, orienta la atención y la opinión pública. El público, sometido en cierto modo a un proceso de aprendizaje, responde a los estímulos (mensajes) que le presentan los medios y se entretiene, dialoga o discute sobre los diferentes temas informativos.

En la misma línea de investigación sobre el contenido de los productos comunicativos en cuanto a sus posibles efectos en las audiencias, se encuentra el concepto de *Tematización*, que es definido como “*el proceso de definición, establecimiento y reconocimiento público de los grandes temas, de los grandes problemas políticos que constituyen la opinión pública, mediante la acción determinante de los medios de comunicación de masas.*”⁴⁴

Tanto el concepto de Agenda Setting, como el de Tematización, ponen de manifiesto no sólo la importancia de los periodistas a la hora de seleccionar los temas, sino, también, la importancia del carácter mediador de los medios de comunicación. Dichos medios, en palabras de Grossi, “*no son meros canales, son más bien coproductores... no se limitan a transmitir la política o a hacerla comprensible, sino que contribuyen a definirla*”. Aunque en sus inicios tanto los análisis de la Agenda Setting, como los de la

⁴⁴ SAPERAS, E. *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Barcelona, Ariel, 1985, pág. 92

Tematización centraron sus estudios en las noticias políticas, posteriormente se descubrió su utilidad para todos los acontecimientos públicos de los que dan cuenta los medios de comunicación.

La práctica del análisis referencial que concierne al contenido temático de los productos comunicativos, y que entronca con los conceptos de la agenda y la tematización, es de utilidad para clasificar las noticias atendiendo a criterios como “ámbitos culturales”, “ámbitos económicos”, “ámbitos sociales”, etc.

El primer nivel de adscripción de la noticia a un ámbito temático viene impuesto por la institución comunicativa y por el mediador, que en el caso de la prensa y también del teletexto asigna las noticias a las secciones temáticas en las que cada medio distribuye sus contenidos⁴⁵.

Esta primera clasificación temática que realiza el medio condiciona o puede condicionar las actitudes, creencias e ideologías subyacentes en el producto comunicativo (noticia de teletexto).

La asignación de una noticia a un determinado ámbito temático ha sido práctica habitual en los estudios de contenido de los productos comunicativos propios de los medios de comunicación de masas.

Sin embargo, esta acotación temática de la noticia limitada a un solo ámbito de referencia, reduce en exceso el análisis temático de los

⁴⁵ La articulación es una actividad metacomunicacional que consiste en las subdivisiones aparentes o explícitas que los emisores imponen al conjunto del material contenido en el medio. Es decir, se trata del sistema de clasificación utilizado por cada medio para fraccionar u organizar el universo del cual se ocupa o sobre el cual informa. CASASUS, J. M. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, DOPESA, 1972, pág. 67.

contenidos, ya que impide que una misma noticia contenga referencias o pueda ser asignada a varios temas o ámbitos temáticos distintos. Así, por ejemplo, una noticia sobre la aprobación en el Congreso de los Diputados de la nueva Ley del Deporte. En los estudios clásicos sobre tematización se asignaría o bien al ámbito político, o bien al deportivo. Es Indudable que se trata de una noticia perteneciente al ámbito de la política; pero, también corresponde al ámbito deportivo.

En nuestra tesis proponemos el concepto de estructuras temáticas o de ámbitos referenciales para referirnos a que un determinado objeto de referencia puede ser asignado a uno o varios temas distintos. En el ejemplo anterior la estructura temática sería: Política-Deportes.

Del estudio de las estructuras de ámbitos referenciales que se priorizan en el teletexto, podemos obtener la información necesaria para conocer como los mediadores de teletexto seleccionan o tematizan los acontecimientos de los que dan pública noticia.

Así, se puede decir que los mediadores de teletexto en cuanto al tratamiento temático de los referentes pueden elaborar la información sobre un determinado objeto de referencia atendiendo a un doble modelo:

- Homogeneidad Referencial. El cierre referencial se circunscribe a un sólo ámbito temático. Corresponde con los objetos de referencia que hemos denominado en esta tesis de *ámbito único*.

- Complejidad Referencial. En esta segunda tipología de referentes la apertura referencial está delimitada por varios ámbitos temáticos⁴⁶. Se trata de los denominados referentes de *ámbito compartido*. En esta modalidad de objetos de referencia el mediador suele llevar a cabo una tarea de jerarquización entre los distintos ámbitos. De dicha jerarquización dependerá el determinado punto de vista desde el que se informa sobre los aconteceres y por tanto, esta ordenación, condicionará las representaciones sobre dichos aconteceres. Es el caso del ejemplo que hemos puesto anteriormente cuya estructura referencial era compartida por Política y Deportes.

Las estructuras de ámbito referencial se adscriben como mínimo a un tema concreto; cuando remiten a más de un ámbito referencial (dos o más temas), dichas estructuras se encuentran jerarquizadas, de manera que existe un tema principal y varios temas subordinados.

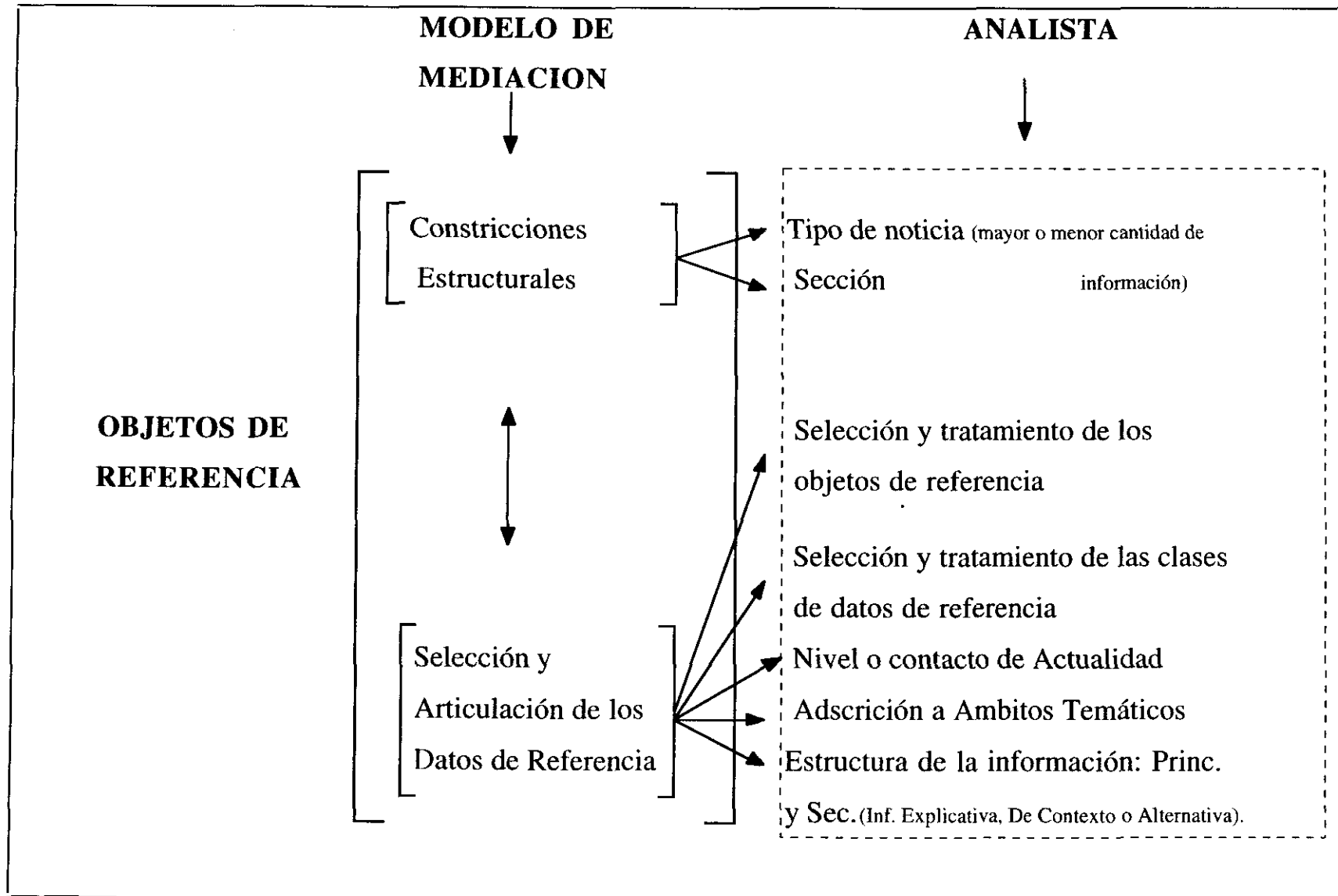
Del análisis de estas estructuras temáticas jerarquizadas (Principales y Secundarias) se podrá obtener el modelo de rutinización de las tareas informativas llevadas a cabo por el mediador para relacionar y jerarquizar los diferentes ámbitos temáticos entre sí.

En esta tesis se recogieron sesenta y siete ámbitos referenciales concretos que se consideraron pertinentes para la adscripción temática de las

⁴⁶ Cuando Vladimir Propp en su estudio sobre los cuentos trata de clasificarlos atendiendo a su temática observa que las clasificaciones temáticas clásicas no son de utilidad, ya que "No se puede determinar dónde termina un tema con sus variantes y dónde comienza otro. Los temas de los cuentos están tan estrechamente ligados los unos a los otros, tan cabalgados unos con otros, que esta cuestión precisa ser tratada de manera especial antes de la división por temas". PROPP, V. *Morfología del cuento*. Madrid, Fundamentos, 1974. 2º ed., pág. 22.

noticias de teletexto; ámbitos que posteriormente se agruparon en dieciseis temas más generales que se ajustaban al estudio de las noticias de teletexto. Y que finalmente por motivos de funcionalidad del análisis quedaron reducidos a cinco macroámbitos temáticos o referenciales.

De estos cinco macroámbitos se dicotomizaron las estructuras que correspondieran al plano de lo público (relacionado con las instituciones) en contraposición con las pertenecientes al mundo de lo privado o lo cotidiano.



2.4.3. Modelo mediador de las instituciones comunicativas.

Las instituciones comunicativas generalmente delegan en profesionales socialmente reconocidos encargados de seleccionar los objetos de referencia de determinados acontecimientos que suceden en el entorno social. Seleccionan y tratan los datos de referencia con los que conforman representaciones del mundo que hacen llegar a las audiencias.

Entre los acontecimientos que se producen en el entorno social, las instituciones comunicativas tienen la misión de observar y vigilar dichos cambios para informar a las audiencias de aquellos considerados más relevantes y que se adecúen a los intereses comunicativos, sociales, etc., tanto de los mediadores como de las audiencias.

La producción de información por parte de las instituciones comunicativas requiere en primer lugar de la tarea de observación y vigilancia del entorno social en el que se producen constantemente cambios o acontecimientos. De todos los acontecimientos que se producen, los medios de comunicación son los encargados de llevar a cabo en primer lugar un filtro o selección de aquellos sobre los que se va a informar a las audiencias.

Esta primera tarea que debe llevar a cabo el mediador, responde en cada medio a unas reglas o normas que dirigen dicha selección de objetos de referencia que pasan a formar parte de la oferta informativa de los medios.

En el caso del teletexto, *las reglas de selección* de aconteceres seguidas por los mediadores parecen responder a un criterio que suele ser compartido por la inmensa mayoría de los medios de comunicación:

La notoriedad o relevancia que conceden el mediador (de acuerdo a su formación, normas, valores e intereses personales y profesionales), y el medio (atendiendo a sus intereses económicos e ideológicos).

Atendiendo a la mayor o menor relevancia social que el medio y los mediadores concedan a un determinado acontecer, así será más o menos probable que sea seleccionado como objeto de referencia de la comunicación, y sea expresado en un producto comunicativo.

La notoriedad de un determinado objeto de referencia viene dada en primer lugar por el *ámbito temático* general del que trata. El teletexto, al igual que la mayor parte de los medios de comunicación, conceden importancia a los aconteceres pertenecientes o relacionados con una serie de temas y silencian o ignoran otros.

Al mismo tiempo, en el teletexto la selección de un determinado referente también depende del *contacto con la actualidad*. Las posibilidades de inmediatez que posee el teletexto a la hora de difundir sus informaciones hacen que conceda mayor relevancia a los acontecimientos eminentemente actuales. El teletexto tiende a seleccionar los acontecimientos sobre los que informar atendiendo a que se trate de acontecimientos estrictamente actuales. Si bien, también puede seleccionar aconteceres que permanecen durante algún tiempo de actualidad.

Teniendo en cuenta estas reglas de selección del modelo mediacional del teletexto, y una vez elegidos los objetos de referencia sobre los que se va a confeccionar la referencia informativa (noticia); el siguiente paso por parte de los mediadores de teletexto es el que se refiere a las *reglas de articulación* o tratamiento de la información en las noticias sobre dichos referentes seleccionados.

La primera de estas reglas de articulación referencial es la que se refiere a las decisiones del mediador en cuanto a la confección de las noticias ofreciendo información sobre un objeto de referencia (noticias Unirreferenciales), o bien haciéndolo sobre más de un referente diferenciado en una misma noticia (noticias Multirreferenciales).

El mediador decide en función de los objetos de referencia seleccionados cuáles de ellos van a desarrollarse en una noticia completa, y cuáles van a aparecer agrupados en torno a una misma noticia. Las reglas de selección y jerarquización de los referentes en las noticias pueden responder a lógicas temáticas, de notoriedad, de falta de espacio, etc.

La segunda de las reglas de tratamiento de los objetos de referencia en las noticias de teletexto es la que se refiere a la decisión por parte del mediador de elegir un determinado punto de vista desde el que tratar informativamente dichos objetos de referencia.

La elección del punto de vista desde el que informar sobre un determinado acontecer, conlleva una doble tarea por parte del mediador:

1. En primer lugar, el mediador debe adscribir los objetos de referencia a un determinado ámbito temático más específico. Esta labor, está

relacionada con las reglas de selección de los objetos de referencia; es decir, en función de los grandes temas en los que se encuadran los referentes seleccionados, el mediador debe ofrecer información sobre el referente desde una perspectiva determinada.

Este punto de vista o perspectiva remite a ámbitos temáticos concretos. Ahora bien, el mediador puede confeccionar la información sobre un objeto de referencia tratándolo desde una sólo perspectiva temática, o desde perspectivas temáticas distintas, pero interrelacionadas.

Así, se puede decir que los mediadores de teletexto en cuanto al tratamiento temático de los referentes pueden elaborar la información atendiendo a un doble modelo:

- *Homogeneidad Referencial* (Referentes de Ambito Unico)

- *Complejidad Referencial*. (Referentes de Ambito Compartido)

2. La segunda de las decisiones que debe llevar a cabo el mediador de teletexto, tiene que ver con la adscripción temática-estructural de la información sobre un determinado acontecimiento a un compartimento referencial (sección informativa). La determinación de ubicar en una u otra sección una determinada noticia supone una primera clasificación del mundo que puede servir para ayudar a reducir la indeterminación de la audiencia, y para canalizar las representaciones sobre un determinado objeto de referencia.

Una vez llevada a cabo la selección de los objetos de referencia que van a conformar la oferta de noticias de teletexto, y habiendo decidido el punto de vista desde el que informar sobre ellos, así como la sección informativa en la que son encuadrados, el mediador de teletexto debe, en primer lugar, elegir sobre que clases de datos de referencia va a ofrecer información para confeccionar la noticia. Las clases de datos de referencia son las unidades básicas de significado en torno a las cuales se articula la información de los productos comunicativos.

El modelo de selección de las clases de datos de referencia seguido por el mediador vendrá impuesto en primer lugar por la relevancia o notoriedad que se conceda al objeto de referencia, y en segundo lugar por el punto de vista desde el que se va a tratar informativamente dicho objeto.

La confección de la referencia informativa responde a unos criterios de modelización en los que se priman determinadas estructuras de clases de datos. Las asociaciones o estructuras más frecuentemente utilizadas en las noticias de teletexto siguen los siguientes patrones:

Acciones > Actores

Acciones > Actores > Roles

Acciones > Actores > Roles > Espacios

Acciones > Actores > Roles > Espacios > Tiempos

En esta modelización de estructuras de rango, el mediador de teletexto suele prescindir en la confección de las noticias de la información relativa a las Causas, a las Consecuencias, y a las Fuentes de los objetos de

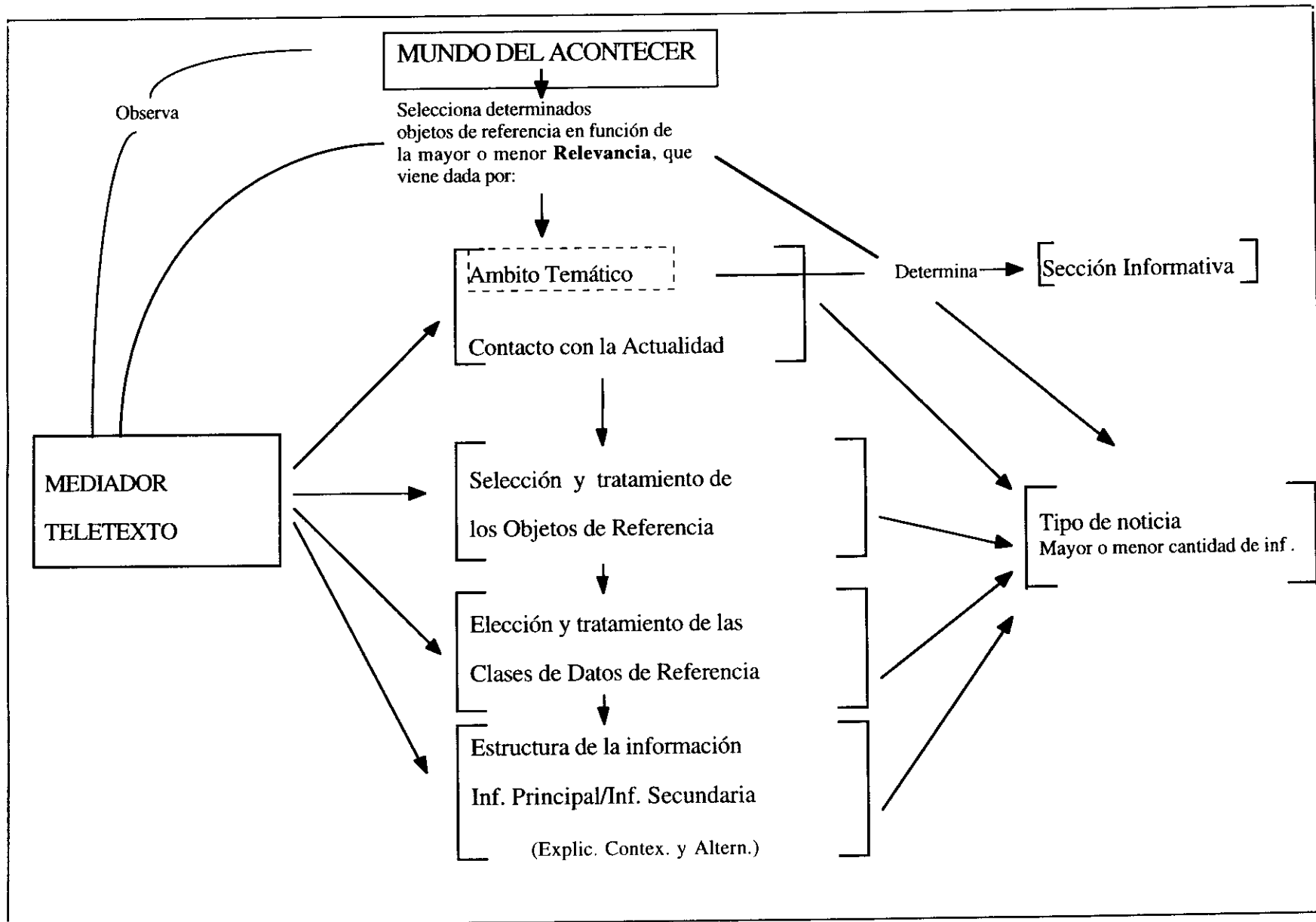
referencia. Esto supone que las noticias de teletexto mayoritariamente no permiten situar los objetos de referencia en relación con otros objetos, al prescindir en la mayor parte de los casos de las causas y las consecuencias de dichos referentes. Por lo que podemos afirmar que la selección y modelización de las clases de datos en las noticias de teletexto no garantizan la *completitud* ⁴⁷de la comunicación.

La siguiente decisión que ha de tomar el mediador de teletexto debe ser la de confeccionar estructuralmente la información. Es decir, en función de la relevancia de los objetos de referencia, del ámbito temático al que se adscriben, y de la elección y tratamiento de las clases de datos de referencia, el mediador decide si confeccionar la noticia sobre un determinado referente tan *sólo con información o material principal*, o hacerlo con *información principal y secundaria*.(Explicativa, De contexto y Alternativa).

El compendio de estas decisiones referenciales tomadas por el mediador, de las que hemos venido dando cuenta en este epígrafe, en cuanto a la selección y tratamiento de los objetos de referencia, en cuanto a la elección y articulación de las clases de datos de referencia, y en cuanto a la estructura de la información, van a determinar la cantidad de información que el mediador decida utilizar para conformar la referencia informativa. La mayor o menor cantidad de información que el mediador de teletexto decida conceder a un determinado referente deberá ajustarse a las constricciones estructurales impuestas por el medio (decisiones del mediador). Así, el

⁴⁷ Ver MARTÍN SERRANO, M. y Otros. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid, Cuadernos de la Comunicación, 1982, Capítulo 11. pág. 191 - 202.

mediador de teletexto basándose en los criterios de referenciales tan sólo puede optar por confeccionar la noticia de acuerdo a uno de los dos modelos que el teletexto impone: *Noticias Ampliadas* (ocupan una página completa del servicio y se elaboran con mayor cantidad de información), o *Noticias Breves* (se agrupan varias en una misma página y en su elaboración se utiliza menor cantidad de información).



CAPÍTULO 3.

METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LA TESIS.

3.1. ACLARACIONES TERMINOLÓGICAS.

A la hora de abordar desde las Ciencias Sociales la investigación analítica de un determinado objeto de estudio, en nuestro caso la producción de noticias de teletexto, conviene acotar claramente los niveles de análisis sobre los que se va a operar, para intentar identificar los modelos lógicos de realidad de dicho objeto de estudio.

Jensen y Jankowski¹ proponen cuatro niveles de análisis indispensables para abordar cualquier investigación científica, y por ende pueden ser aplicables al estudio de los fenómenos comunicativos:

1. El objeto de análisis, tal como se caracteriza e identifica mediante la referencia al propósito y al contexto de la investigación.

¹ JENSEN, K. B. y JANKOWSKI, N. W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch Comunicación, 1993, pág. 14.

2. El aparato analítico o métodos, que hace referencia a las operaciones concretas de investigación, que incluye la recopilación, registro y categorización de los datos.

3. La metodología o diseño global de la investigación, que sirve para relacionar los métodos integrantes de la recogida y análisis de datos, además de justificar la selección e interpretación de los datos con referencia a los marcos teóricos empleados.

4. El marco teórico, que remite a la configuración de conceptos, que especifica el status epistemológico de los demás niveles, y que, a partir de ahí, asigna valores explicativos a la interpretación específica del objeto de análisis que la metodología produce.

De estos cuatro niveles de análisis, los que se refieren al *objeto de análisis* y al *marco teórico* ya han sido abordados en esta investigación en los dos capítulos precedentes.

En el capítulo que aquí iniciamos trataremos de dar cuenta de los dos niveles de análisis restantes: el *aparato analítico o métodos* y la *metodología*.

Con demasiada frecuencia se ha tendido a confundir la metodología con el aparato analítico (técnicas de recogida y análisis de los datos) , o incluso a considerar estos dos niveles de análisis como uno sólo. Es desgraciadamente habitual en las investigaciones científicas que una u otra metodología se defina en función del aparato analítico utilizado. El diseño de la metodología, e incluso la elección del objeto de análisis, es acotado por los métodos o técnicas que se manejan.

Los métodos o técnicas de análisis son las herramientas con las cuales se obtienen y procesan los datos. La elección por parte del investigador de unas u otras técnicas estará en relación con las restricciones, condicionamientos o posibilidades de un método concreto para servir de utilidad en la recogida y procesamiento de la información necesaria.

La metodología, sin embargo, no consiste en la utilización de uno u otro aparato analítico (técnicas), sino que se trata del modelo que aglutina, describe o explica algún aspecto de la realidad. Los citados autores, Jensen y Jankowski definen la metodología como “el diseño global de la investigación que sirve para relacionar los métodos integrantes de la recogida y análisis de los datos con referencia a los marcos teóricos empleados.”².

Estas aclaraciones terminológicas deben ser una constante de todo investigador comunicativo para evitar que la elección de una metodología se produzca con anterioridad a la determinación de los objetos y propósitos o fines de la investigación, para que las metodologías no se conviertan en soluciones en busca de problemas. Es fundamental que los investigadores evalúen la importancia de las distintas metodologías con referencia a los fines y objetos del análisis, preguntando *qué y por qué*, antes que *cómo*.

Una vez delimitadas las diferencias entre metodología y técnicas de análisis, y aclarado que ambos conceptos no son ni sinónimos, ni análogos, aunque sí complementarios. La primera cuestión que debe plantearse el investigador es la de llevar a cabo la elección de la metodología a utilizar, es

² JENSEN, K. B. y JANKOWSKI, N. W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch Comunicación, 1993, pág. 112

decir, diseñar las preferencias de un tratamiento, un análisis y una interpretación de los datos.

Históricamente las formas de conocimiento de la realidad en cuanto a sus metodologías se han dicotomizado en dos tradiciones analíticas: metodologías cuantitativas y metodologías cualitativas.

La clasificación de una determinada metodología en el debate cualitativo/cuantitativo no puede depender en ningún caso de su objeto de estudio, ya que no hay ningún objeto de análisis que sea, por naturaleza, cualitativo o cuantitativo, aunque quede enmarcado así por el aparato analítico empleado.

Al mismo tiempo, calificar una metodología como cuantitativa o cualitativa atendiendo a las técnicas de obtención y procesamiento de datos que emplea para el conocimiento de la realidad, supondría sesgar, reducir o equiparar la metodología al aparato analítico (técnicas de análisis). Y la metodología debe hacer referencia a una concepción mucho más global del proceso, que atañe a todo el planteamiento de la investigación, a su ejecución e inclusive a la conclusión que de ella se deriva.

Por tanto, no deberían categorizarse las metodologías en cualitativas o cuantitativas en relación con las técnicas de análisis. Más bien, sería más congruente hacerlo en función de otros planteamientos más generales, como el de los objetivos que se pretenden en una investigación: la descripción del fenómeno a partir de características cuantificables, o bien la justificación lógica del objeto de análisis. Aunque tampoco, a este nivel, esta disyuntiva (cantidad/cualidad) debiera ser totalmente excluyente. Tal como

afirma Ibañez, “para acceder a la verdad de lo social se precisa un dispositivo de doble pinza que conjugue palabras y números”.³

3.2. EL ANÁLISIS DE CONTENIDO: UTILIDAD DEL MÉTODO.

El análisis de contenido propone una metodología propia para el análisis de los datos, que procede en gran medida de su forma de considerar el objeto de análisis, es decir, el contenido de la información.

Los primeros trabajos en que se utilizó como metodología el análisis de contenido, en la década de los años cincuenta, consistían en procedimientos especiales para el procesamiento de datos científicos. Berelson lo define como, "la técnica de investigación para la prescripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación."⁴

La definición del análisis de contenido debe establecer nitidamente el objeto de la investigación y situar al investigador en una posición concreta frente a su realidad. Krippendorff⁵ establece en un simple marco conceptual

³ IBAÑEZ, J. *La guerra incruenta entre cuantitativistas y cualitativistas en Las Ciencias Sociales en España..* 1992, pág. 126.

⁴ BERELSON, B.B. *Content analysis in communication research.* Nueva York. The Free Press, Glencoe; Hafner Publishing Co., 1971.

⁵ El marco de referencia del análisis de contenido tiene para el autor tres finalidades: es prescriptivo, analítico y metodológico. Es prescriptivo en el sentido de que debe guiar la conceptualización y el diseño de los análisis de contenido prácticos en cualquier circunstancia; es analítico en el sentido de que debe facilitar el examen crítico de los resultados del análisis de contenido efectuado por otros; y es metodológico en el sentido de que debe orientar el desarrollo y perfeccionamiento sistemático de los métodos de análisis de

las características y conceptos básicos a los que debe responder el análisis de contenido:

- Los *datos*, tal como se comunican al analista.
- El *contexto* de los datos.
- La forma en que el *conocimiento del analista* le obliga a dividir la realidad.
- El *objetivo* de un análisis de contenido.
- La *inferencia* como tarea intelectual básica.
- La *validez* como criterio supremo de éxito.

Dentro del campo de la comunicación, diversos autores han ofrecido sus aportaciones y acotaciones teóricas y metodológicas en torno a la aplicación de los análisis de contenido. Autores como Holsti (1969) estudian el análisis de contenido dentro de la comunicación entre un emisor y un receptor. Proponiendo tres finalidades principales del análisis de contenido en el campo comunicativo:

- Describir las características de la comunicación, averiguando qué se dice, cómo se dice y a quién lo dice.
- Formular inferencias en cuanto a los antecedentes de la comunicación, averiguando por qué se dice algo.

contenido. KRIPPENDORF, K. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, pág. 7-13.

- Formular inferencias en cuanto a los efectos de la comunicación, averiguando con qué efecto se dice algo.

Las primeras investigaciones que recurrieron al análisis de contenido en el campo de la comunicación resaltaban solamente aspectos estadísticos y cuantificables de los contenidos informativos; esta cuantificación de los datos confería o daba la impresión de conferir una mayor objetividad y neutralidad a la investigación. Se centraban sobre todo en el análisis político de los medios impresos (especialmente periódicos), ofreciendo las frecuencias con las que aparecían determinadas unidades dotadas de sentido.

A pesar de la relevancia nada desdeñable que posee la cuantificación estadística, ésta se demuestra insuficiente y demasiado reduccionista para completar el análisis de los objetos de estudio comunicativos. Posteriores revisiones sobre el análisis de contenido amplían las competencias de dicha metodología, no reduciéndola exclusivamente a cifras, sino que aportan nuevas concepciones analíticas aplicables no sólo al contenido expreso⁶, sino también al contenido ideológico no manifiesto y a las estructuras de los mensajes.

El análisis de contenido permite realizar lo que autores como Casasus, han venido en denominar una "lectura ideológica"⁷ de los mensajes.

⁶ "Todo análisis de contenido apunta, no al análisis de la lengua o del lenguaje, sino a la determinación, más o menos parcial, de lo que llamaremos las condiciones de producción de los textos de que son objeto. Lo que se trata de caracterizar son esas condiciones de producción y no los textos mismos. El conjunto de condiciones de producción constituye el campo de determinaciones de los textos." BARDIN, L. *Análisis del discurso*. Madrid, Ediciones AKAL, 1986. pág. 30.

⁷ "La lectura ideológica facilitada por los procesos analíticos descritos en el análisis estructural de contenido, constituye hoy la base para el diagnóstico ideológico...El diagnóstico ideológico de los medios

La ideología, para este autor, se presenta en el nivel de la metacomunicación como un sistema de reglas semánticas, preexistentes al mensaje, que puede cristalizar en cualquier tipo de mensajes, desde el artículo científico hasta el comentario de modas. Opera a lo largo de todo el proceso de semantización y en el momento de comunicar un mensaje se vuelve invisible hasta el punto en que el receptor cree estar ante el objeto o el acontecimiento cuando en realidad está, simplemente, ante la forma en que el medio da a leer este objeto o acontecimiento.

La metodología utilizada en esta tesis doctoral para el estudio de la producción de noticias de teletexto se enmarca dentro del análisis de contenido. Responde a la necesidad de un tratamiento, un análisis y una interpretación de los datos que no se refiera exclusivamente a la mera cuantificación de los mismos. Sino que, utilizando procedimientos estadísticos en la recogida y procesamiento de los datos, se pueda proceder al análisis de las relaciones y los contextos comunicativos que conducen a las lógicas o modelos que resultan de la aplicación de los criterios profesionales por parte de las personas encargadas de confeccionar las noticias de teletexto.

de comunicación de masas consiste, pues, en descubrir la organización implícita o no manifiesta de los mensajes" CASASUS, J. M. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, DOPESA, 1972, pág. 130-131.

3.3. MODELO METODOLÓGICO DE ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.

La metodología utilizada para la investigación de la producción de noticias de teletexto se enmarca, como acabamos de decir, dentro del análisis de contenido. Trata de justificar científicamente los modelos propuestos por las instituciones comunicativas de teletexto (cadenas de televisión encargadas de tales servicios) relativos a la producción de sus noticias. Dicha producción de noticias es elaborada a partir de una serie de datos de referencia, que organizados y estructurados de acuerdo a unos intereses sociales y comunicativos, se ponen a disposición del público como productos comunicativos que canalizan determinadas representaciones de la realidad a la que remiten.

Siguiendo con palabras de Casasus, "...en análisis de contenido, por lo tanto, no solo debe atenderse a las unidades bases (unidades redaccionales: la noticia o el artículo) sino también a los items (palabras, fotos, etc.), a los operadores semánticos (los significados condensados en determinados términos o en determinadas imágenes), a la probabilidad de polígramos y a las unidades menores (elementos de estructura) que las componen"⁸..

El modelo metodológico de análisis de las noticias de teletexto parte de la justificación del modelo teórico propuesto para esta investigación. Desde la Teoría de la Mediación, propuesta por Martín Serrano (1977), la

⁸ CASASUS, J. M. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, DOPESA, 1972, pág. 102.

elaboración de los productos comunicativos (noticias de teletexto) se lleva a cabo por las instituciones comunicativas mediando entre el Sistema Social [SS], en el que se producen los aconteceres; el Sistema Comunicativo [SC], seleccionando y tratando unos referentes expresados con unos datos de referencia, y adscribiendo los objetos de referencia a unos ámbitos temáticos; y el Sistema Referencial [SR], poniendo a disposición de la audiencia unas representaciones de la realidad.

Las relaciones entre [SS] -[SC]- [SR] se articulan a través de los productos informativos que ponen en circulación las instituciones comunicativas llevando a cabo dos tipos de tareas mediadoras de las que hemos dado cuenta en el Capítulo 2 de esta tesis doctoral:

Mediación Comunicativa

Mediación Estructural.

MODELO METODOLOGICO DE ANALISIS DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO

	<i>Med. Estructural</i>	<i>Med. Comunicativa</i>
Cadenas de TV Noticias. Unidad Referencial Ambitos Referenciales. Datos de referencia.	* Tipo de noticia. * Sección	* Composición Referencial * Ambito referencial * Nivel de Actualidad * Tipos de datos * Tratamiento de los datos * Estructura de los datos.

De acuerdo a los objetivos de nuestra investigación y las particularidades de los productos comunicativos de que trata, se pueden

clasificar las unidades de análisis siguiendo la clasificación que propone Krippendorff⁹:

1. Unidades de Muestreo.
2. Unidades de registro.
3. Unidades de contexto.

Las unidades de muestreo se corresponden con el objeto material de la investigación, y en nuestra investigación equivalen a las noticias del teletexto.

Las unidades de registro remiten a las categorías lógicas creadas por el investigador, en nuestro caso se trata de las categorías relacionadas con los datos de referencia, con la composición referencial y con la adscripción de las noticias a los ámbitos referenciales.

Por último, las unidades de contexto son unidades dependientes del medio en el que se presentan y ayudan a definir y demarcar las unidades de registro. En esta tesis se han tomado como unidades de contexto las secciones, la cantidad de información y el contacto con la actualidad.

⁹ Para profundizar sobre la clasificación de las unidades de análisis ver: KRIPPENDORF, K. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, pág. 81-92.

Unidades de Análisis para la investigación de las noticias de teletexto.

1. Unidades de Muestreo:	Noticias de teletexto.
2. Unidades de Registro:	Composición o Estructura Referencial. Ambitos Referenciales. Datos de Referencia.
3. Unidades de Contexto:	Sección. Tipo de noticia. Nivel de Actualidad.

Una vez seleccionadas las unidades de análisis, es fundamental llevar a cabo la selección de las categorías a las que van a responder dichas unidades de análisis, y de cuya elección dependerán los resultados de toda investigación científica.

La selección de las categorías de análisis es una tarea fundamental en toda investigación, ya que de dicha tarea dependerá el desarrollo analítico y los resultados científicos sobre un determinado objeto de estudio. Dichas categorías que sirven para la descomposición de la comunicación deben ajustarse, según Bardin¹⁰, a una serie de procedimientos que debería seguir todo investigador, aunque, como reconoce dicho autor, raramente son aplicables en su totalidad:

- Homogéneas: no mezclar "*las churras con las merinas*", se podría decir.
- Exhaustivas: agotar la totalidad del texto.
- Exclusivas: un mismo elemento del contenido no puede ser clasificado de manera aleatoria en dos categorías diferentes.

¹⁰

BARDIN, L. *Análisis del discurso*. Madrid, Ediciones AKAL, 1986. pág. 27.

- **Objetivas:** dos codificadores diferentes deben llegar a los mismos resultados.
- **Adecuadas o pertinentes:** es decir, adaptadas al contenido y al objetivo.

De la descripción de las variables y categorías utilizadas para el análisis de las noticias de teletexto se ha dado cuenta en el Capítulo 2 de esta tesis doctoral.

3.3.1. Claves del Modelo Metodológico de Análisis de las noticias de teletexto.

Partiendo de la definición de metodología que hemos señalado en el inicio de este capítulo, que supone todo el recorrido que se lleva a cabo para obtener un conocimiento que intente describir o explicar algún aspecto de la realidad. Se trata en nuestro caso de discernir o descifrar los modelos de producción de noticias en el medio teletexto.

Para descubrir los moldes que sirven de arquetipos en la confección de noticias de teletexto debemos plantear una serie de cuestiones claves que van a dar sentido en su conjunto al modelo metodológico que explique las lógicas con las que se elaboran dichas noticias:

3.3.1.1. Mediadores (Cadenas de Televisión)

El análisis de las noticias de teletexto en cuanto a los modelos mediadores de los distintos servicios de teletexto seleccionados para esta

investigación (Teletexto deTVE, Efetexto de Telemadrid, Teletexto de Antena 3 y Teletexto de Tele 5), , se lleva a cabo en dos niveles:

1. Atendiendo a su cobertura geográfica:

Cadenas o mediadores de ámbito nacional.

Cadenas o mediadores de ámbito regional.

2. Atendiendo al carácter público o privado de las cadenas o servicios de teletexto:

Cadenas o mediadores públicos o institucionales.

Cadenas o mediadores privados.

Las cuestiones que trata de responder nuestro modelo metodológico en relación con el análisis de los mediadores (cadenas de televisión) que emiten las noticias de teletexto son las siguientes:

- *¿Cómo confeccionan los distintos Mediadores las noticias de teletexto en cuanto a la cantidad de información con que se elaboran?*

- *¿Cómo estructuran los distintos Mediadores las noticias en Secciones?*

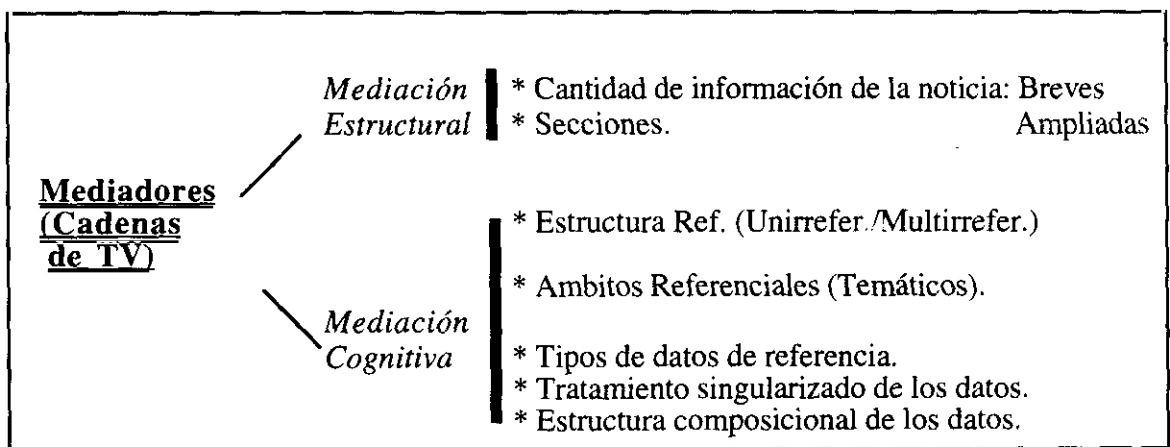
- *¿Cómo confeccionan los distintos Mediadores la estructura referencial (Unirreferencial o Multirreferencial) de los objetos de referencia de las noticias de teletexto?*

- *¿Cómo seleccionan temáticamente los distintos Mediadores los objetos de referencia de los que ofrecen información en las noticias de teletexto?*

- ¿Cuáles son las clases de datos y sus estructuras que priman los distintos mediadores a la hora de confeccionar el contenido de los objetos de referencia de las noticias de teletexto?

- ¿Cuál es la selección y el tratamiento que dan los distintos mediadores a los datos de referencia que conforman los referentes de las noticias de teletexto?

- ¿Cómo estructuran los distintos mediadores los datos de referencia que conforman los referentes de las noticias de teletexto?



3.3.1.2. Estructura Referencial.

La estructura referencial de las noticias de teletexto remite a que una noticia puede ofrecer información sobre un solo objeto de referencia, referente o unidad referencial (noticias Unirreferenciales), o confeccionarse con información sobre más de un referente (noticias Multirreferenciales).

Las cuestiones que trata de responder nuestro modelo metodológico en cuanto al análisis de la estructura referencial de las noticias de teletexto son las siguientes:

- *¿Depende la Estructura Referencial de la cantidad de información con la que se confeccionan las noticias de teletexto y viceversa?*

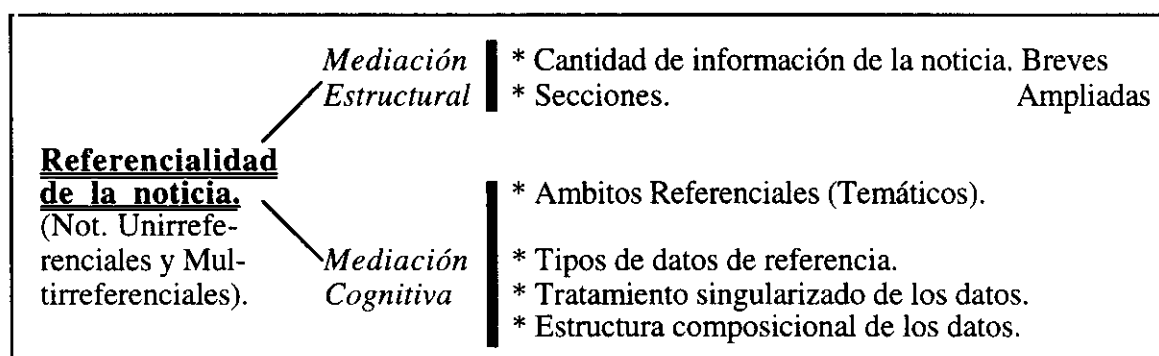
- *¿Depende la Estructura Referencial de la secciones en las que se estructuran las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Depende la Estructura Referencial de los ámbitos temáticos a los que refieren los objetos de referencia y viceversa?*

- *¿Depende la Estructura Referencial de los tipos de datos que se utilizan para la confección de la referencia y viceversa?*

- *¿Depende la Estructura Referencial del tratamiento singularizado que se da a los datos de referencia y viceversa?*

- *¿Depende la Estructura Referencial de la estructura composicional de los datos la referencia y viceversa?*



3.3.1.3. Ambitos Referenciales (Temáticos).

El análisis de las noticias de teletexto en cuanto a la adscripción de sus referentes a determinados ámbitos referenciales o temáticos se lleva a cabo atendiendo a que dichos objetos de referencia pueden remitir información sobre un solo tema o ámbito referencial (referentes de ámbito unico), o pueden confeccionarse remitiendo información que pertenezca a más de un ámbito referencial (referentes de ámbito compartido).

Las cuestiones a las que trata de responder nuestro modelo metodológico en relación con la adscripción de los objetos de referencia a ámbitos temáticos en las noticias de teletexto son las siguientes:

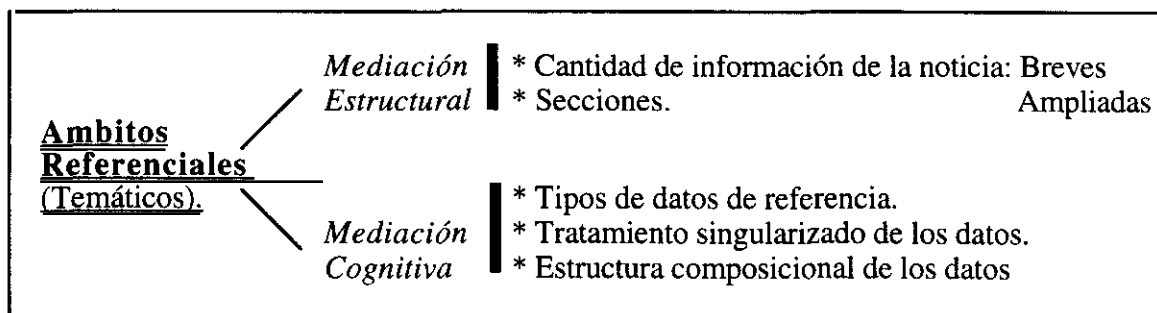
- *¿Los ámbitos referenciales o temáticos de los referentes dependen de la cantidad de información con la que se confeccionan las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Los ámbitos referenciales o temáticos de los referentes dependen de las secciones en las que se enmarcan las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Los ámbitos referenciales o temáticos de los referentes dependen de los tipos de datos de referencia con los que se confeccionan los objetos de referencia de las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Los ámbitos referenciales o temáticos de los referentes dependen del tratamiento singularizado de los datos de referencia con los que se confeccionan los objetos de referencia de las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Los ámbitos referenciales o temáticos de los referentes dependen de la estructura composicional de los datos de referencia con los que se confeccionan los objetos de referencia de las noticias de teletexto y viceversa?*



3.3.1.4. Tipos de Datos de Referencia.

Para confeccionar el contenido de un determinado referente, el mediador de teletexto utiliza información relativa a una serie de clases de datos de referencia, que en el caso de las noticias de teletexto analizadas en esta tesis doctoral se refieren a la presencia las siguientes clases de datos de referencia:

- Datos relativos a la presencia de las acciones (Qué)
- Datos relativos a la presencia de los actores (Quién).
- Datos relativos a la presencia de la función de los personajes (Rol).
- Datos relativos a la presencia de la asignación de la información (Fuente).
- Datos relativos a la presencia de tiempo (Cuándo).
- Datos relativos a la presencia de espacio (Dónde).
- Datos relativos a la presencia de las causas (Por qué).
- Datos relativos a la presencia de las consecuencias (Para qué).

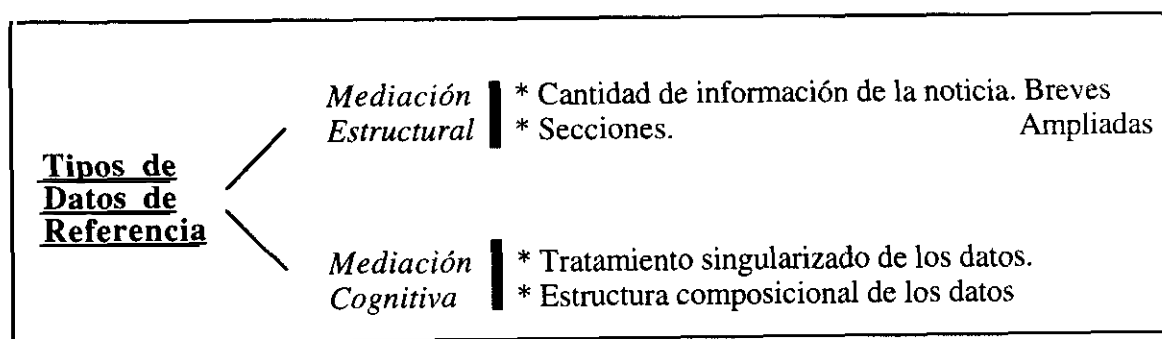
Las cuestiones a las que trata de responder nuestro modelo metodológico en relación con el análisis de la presencia de las clases de datos con las que se confeccionan las noticias de teletexto son las siguientes:

- *¿Depende el uso de las clases de datos de referencia de la cantidad de información con la que se confeccionan las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Depende el uso de las clases de datos de referencia de las secciones en las que se clasifican las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Depende el uso de las clases de datos de referencia del tratamiento singularizado de los datos de referencia con los que se confeccionan los objetos de referencia de las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Depende el uso de las clases de datos de referencia de la estructura composicional de los datos de referencia con la que se confeccionan los referentes de los que se da cuenta en las noticias de teletexto y viceversa?*



3.3.1.5. Tratamiento singularizado de los Datos de Referencia.

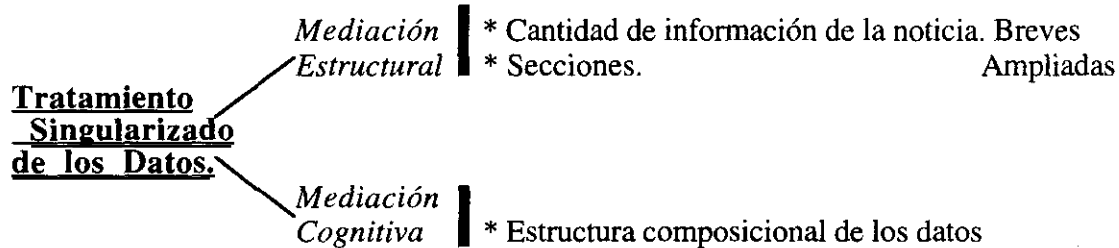
El análisis particularizado de cada uno de los datos de referencia de los que hemos dado cuenta en epígrafe anterior, se ha llevado a cabo mediante la selección de unas determinadas categorías de análisis (de las que hemos dado cuenta en el Capítulo 2), que hemos considerado que mejor se adaptan a los objetivos de nuestra investigación.

Las cuestiones a las que trata de responder nuestro modelo metodológico en cuanto al tratamiento singularizado de los datos de en las noticias de teletexto son las siguientes:

- *¿Depende el tratamiento que se da a los datos de referencia de la cantidad de información con la que se confeccionan las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Depende el tratamiento que se da a los datos de referencia de las secciones en las que se clasifican las noticias de teletexto y viceversa?*

- *¿Depende el tratamiento que se da a los datos de referencia de la estructura composicional de dichos datos de referencia con los que se conforman los objetos de referencia de las noticias de teletexto y viceversa?*



3.3.1.6. Estructura Composicional de los Datos de Referencia.

El análisis de la estructura composicional de los datos de referencia en las noticias de teletexto se ha llevado a cabo atendiendo a la siguiente clasificación de la información:

1. Información Principal o Sólo Material Principal. Es la información diferenciadora del objeto de referencia. Son los datos básicos sin los cuales el objeto de referencia no existiría o sería otro.

2. Información Secundaria o Material Principal y Secundario. Puede aparecer o no. Es el material que complementa, amplía o contextualiza la información principal. Es información prescindible para la comprensión del objeto de referencia, pero sin la cual en ocasiones sería difícil entender completamente el objeto de referencia.

Este material secundario puede ser de tres tipos.

- Mat. Explicativo.
- Mat. de Contexto.
- Mat. Alternativo.

Las cuestiones a las que trata de responder nuestro modelo metodológico en cuanto a la estructura composicional de los datos de referencia en las noticias de teletexto son las siguientes:

- *¿La estructura composicional de los datos de referencia sobre un determinado referente depende de la cantidad de información con la que se confeccionan las noticias de teletexto y viceversa?*

¿La estructura composicional de los datos de referencia sobre un determinado objeto de referencia depende de las secciones en las que se clasifican las noticias de teletexto y viceversa?

Estructura

composicional
de los Datos.

Mediación
Estructural

■ * Cantidad de información de la noticia. Breves
* Secciones. Ampliadas

El análisis del conjunto de todas estas cuestiones aquí planteadas ofrecerá a grandes rasgos los modelos de producción de noticias de teletexto que hemos tomado como objeto de nuestra investigación. Todas estas claves conforman la metodología utilizada para el análisis de la confección de la referencia de las noticias de teletexto.

3.4. SELECCIÓN DE CADENAS.

En el momento en que se inició esta tesis doctoral (noviembre de 1994) existían en España tres emisiones diferentes de teletexto a cargo de otras tantas cadenas de televisión, que se encargaban de su difusión. Estos tres servicios correspondían al de Televisión Española, emitido idénticamente por la Primera y la Segunda cadena (La 2); el de la televisión autonómica madrileña Telemadrid, denominado *Efetexto*; y el de la televisión autonómica catalana TV3, denominado *Teleservei*.

En un primer momento la selección de las cadenas sobre las que efectuar el análisis de las noticias de teletexto se centró exclusivamente en los servicios de Teletexto de Televisión Española y el de Telemadrid (*Efetexto*). Descartando el servicio emitido por la televisión catalana por dos motivos: su emisión se lleva a cabo en lengua catalana, y no es posible su recepción por medio de la televisión convencional desde la Comunidad de Madrid, por lo que su acceso no era posible.

Se consideró suficiente para los objetivos del análisis de las noticias estas dos emisiones de teletexto, ya que una era de emisión nacional (Teletexto de TVE) y otra era de carácter local o autonómico (*Efetexto* de Telemadrid), lo que permitiría observar comparaciones y diferencias entre los contenidos de estos dos servicios de ámbito geográfico distinto.

En el mes de mayo de 1995 y en el mes de junio de ese mismo año comenzaron la emisión en pruebas de los servicios de teletexto por parte de Tele 5, y de Antena 3 respectivamente. Lo que hizo considerar interesante

para nuestro análisis incluir estas dos emisiones de teletexto, por tratarse de dos servicios de teletexto pertenecientes a empresas privadas. Lo que permitiría una interesante investigación al poder contrastar las noticias de teletexto emitidas por cadenas públicas (TVE y Telemadrid), con las noticias de teletexto de cadenas privadas (Tele 5 y Antena 3).

Así pues, la selección de cadenas que emitían servicios de teletexto en España se llevó a cabo atendiendo a dos criterios básicos:

- Ambito geográfico de las emisiones de teletexto.
- Cadenas Públicas/Cadenas Privadas.

3.5. OBTENCIÓN DE LOS DATOS.

Una de los primeros cometidos, sino el primero, con el que debe enfrentarse cualquier investigador a la hora de abordar cualquier objeto de estudio debe ser el de recopilar u obtener los datos necesarios para poder llevar a cabo la investigación propuesta.

Para llevar a cabo la obtención de los datos para el análisis de las noticias de teletexto se consideró, en un primer momento, suficiente circunscribirla a un año de duración (noviembre de 1994 - noviembre de 1995). Y limitarlo a las dos cadenas de televisión que emitían servicios de teletexto en castellano y podían ser captadas desde Madrid, es decir, al teletexto de TVE y al Eftexto de Telemadrid.

Como hemos mencionado en el epígrafe relativo a la selección de cadenas, la aparición de los servicios teletextuales en Tele 5 y Antena 3 a mediados del año 1995, hizo que reconsiderásemos la cuestión y tomásemos en cuenta la decisión de incluir en nuestro estudio el análisis de las noticias de estas dos cadenas.

Ahora bien, al encontrarse ya avanzada la recogida de datos relativos a las noticias de TVE y Telemadrid, y pretendiendo que coincidiera en la mayor parte posible el periodo de la investigación de las cuatro emisiones de noticias con el objetivo de que se pudieran llevar a cabo posteriores análisis comparativos lo más rigurosos posibles entre ellas, incluyendo noticias correspondientes al mismo periodo de tiempo.

Estas razones motivaron que se iniciara con la mayor celeridad posible la recogida de noticias de Tele 5 y Antena 3, limitando, al considerarlo suficiente, a seis meses los periodos de análisis relativos a estas dos cadenas.

Así pues, el periodo de tiempo que abarca nuestra investigación corresponde a un año completo para TVE y Telemadrid, y a seis meses para Tele 5 y Antena 3.

Otro de los problemas que se plantearon a la hora de obtener y recoger la información fue el de la grabación de los datos en un soporte fijo que permitiera comprobar que se había seleccionado correctamente la información; y al mismo tiempo se pudiera acudir a los datos originales para cualquier comprobación en todo momento.

El teletexto emite sus informaciones utilizando unas pocas líneas de la banda de televisión. Dichas líneas no pueden ser recogidas en la grabación de un video convencional (VHS), por lo que tuvimos que recurrir para solucionar el problema a un video (Super VHS), que grabara una mayor cantidad de líneas de la banda de televisión, entre las que se encontraran las de la emisión de teletexto.

Otra circunstancia con la que nos encontramos a la hora de la obtención de la información es que las noticias de teletexto son actualizadas a lo largo de una misma emisión diaria; es decir, los redactores de noticias de teletexto en función de los criterios informativos o de otros condicionantes, deciden aumentar, disminuir, o sustituir unas noticias por otras, de manera que las informaciones que se emiten por la mañana no coinciden generalmente con las de por la tarde, ni éstas, con las que se emiten en el horario nocturno.

Esta actualización de las noticias hizo que nos planteásemos a la hora de recoger la información cuál debía ser el horario más apropiado en el que seleccionar los contenidos. Se decidió llevar a cabo la obtención de la información de las noticias de teletexto en torno a tres franjas horarias distintas, que permitieran cubrir de la forma más conveniente todo el espectro horario en el que se producen las emisiones de teletexto, y que dieran cuenta de los cambios, en la mayor medida posible, que se producen a lo largo de una emisión de teletexto.

Estas tres franjas horarias son:

1. A las 11 horas.

2. A las 17 horas.

3. A las 23 horas.

Una vez seleccionados los periodos de tiempo y las franjas horarias en los que se iba a recoger la información pertinente para llevar a cabo nuestra investigación, se procedió a seleccionar y grabar diariamente las noticias que conformarían el corpus de nuestro análisis.

Toda la información contenida en una emisión de teletexto se recoge en la grabación de forma instantánea, por lo que no fue necesario grabar más que un espacio de tiempo muy reducido; el suficiente para poder localizar la información seleccionada. Se grabaron cinco minutos diarios de cada emisión de teletexto de las diferentes cadenas, que quedaron recogidos en diecisiete cintas de video Super VHS con una duración total cercana a las sesenta horas de emisiones del servicio de teletexto.

Una vez delimitado temporalmente el objeto de estudio al que se va a ceñir nuestra investigación sobre la producción de noticias de teletexto por las diferentes cadenas de televisión, y que abarca en el caso de TVE y Telemadrid un año (365 días); y en el caso de Tele 5 y Antena 3 comprende seis meses (187 días).

Como hemos citado con anterioridad, en el inicio de nuestra tesis doctoral, el análisis de las noticias de teletexto se circunscribía a las emisiones de TVE y Telemadrid durante un año completo. La emisión diaria del servicio de teletexto en estas dos cadenas incluía alrededor de cien noticias, lo que suponía una cantidad cercana a las 36.500 noticias a lo largo del año que comprendía nuestra investigación.

Posteriormente se incluyó el estudio de los servicios de teletexto en Tele 5 y Antena 3, limitando dicho análisis a medio año de duración. Cada emisión de Tele 5 en los 183 días estudiados incluía veinticinco noticias diarias, lo que da como número total a lo largo de los seis meses más de 4.500 noticias. El universo de Antena 3 también comprende el periodo de 187 días, en cada uno de los cuales se emitían veinte noticias, lo que supone más de 3.600 noticias.

Así pues el universo total de nuestra investigación abarca más de 43.000 noticias; número difícilmente abordable en un estudio como el que aquí se propone. Sin embargo, es una cantidad lo suficientemente grande como para poder extraerse una muestra representativa del conjunto total de noticias.

3.5.1. Confección de la muestra.

Para extraer resultados que puedan ser considerados científicamente aceptables sobre la producción de noticias de teletexto se puede proceder de dos formas distintas:

1. Tomar en cuenta la totalidad del universo al que se refiere el objeto de estudio, lo que implica una aproximación censal.
2. Seleccionar una muestra cuyos resultados puedan ser extrapolables a la totalidad del universo.

Dadas las elevadas cantidades de noticias que comprenden nuestro universo de estudio se descartó tomar en cuenta la totalidad de las noticias, lo

que hubiera supuesto un trabajo excesivamente farragoso e inabarcable, al mismo tiempo que innecesario.

El elevado número de noticias que comprende nuestro universo permitía llevar a cabo una selección de una muestra con la que poder operar científicamente para abordar el análisis de las noticias de teletexto. Ahora bien, para que dicha muestra sea lo más representativa posible de la totalidad que pretende reemplazar y represente un modelo a pequeña escala del universo al que se refiere, deberá seleccionarse entre los diferentes procedimientos muestrales existentes el que mejor se ajuste o que mejor garantice la representatividad del conjunto.

Los procedimientos muestrales que mejor garantizan la representatividad son aquellos que permiten confeccionar muestras a partir de métodos de selección basados en el azar. Existen varias técnicas de muestreo basadas en el azar que podrían servir a nuestra investigación, las más significativas podrían ser tres:

1. Muestreo sistemático. Se basa en la obtención de unidades muestrales en intervalos iguales a partir de la selección aleatoria de la primera unidad muestral. El principal problema de este método es que el intervalo se mantiene constante, y por ello puede crear muestras tendenciosas si coincide dicho intervalo con variaciones y regularidades cíclicas.

2. Muestreo estratificado. Reconoce la existencia dentro de un determinado universo de varios subuniversos diferenciados (estratos), cuyas características son conocidas. El muestreo aleatorio se lleva a cabo en cada estrato por separado, de modo que la muestra resultante refleja las distinciones que, a priori, se sabe que existen dentro de dichos estratos.

3. Muestreo aleatorio simple. Se basa en la selección de muestras al azar de entre todas las unidades muestrales que componen la totalidad del universo, basándose en que todas las unidades del universo tienen la misma probabilidad de ser elegidas por sorteo riguroso. Para llevar a cabo este tipo de muestreo se puede utilizar desde un dado o una ruleta, hasta una tabla de números aleatorios o cualquier otro dispositivo que adjudique idénticas probabilidades a cada unidad.

Para llevar a cabo la confección de la muestra representativa que va a proporcionar el material sobre el que se va a proceder para el análisis de las noticias de teletexto se ha optado por realizar un muestreo aleatorio simple, por considerarlo el que mejor garantiza la representatividad de la totalidad del universo al que reemplaza.

Toda muestra por muy representativa que sea implica la asunción de un cierto margen de error, que sólo podría evitarse haciendo coincidir por completo la muestra con el universo total. Así pues, existe un error natural de muestreo asociado a la extracción al azar de un conjunto reducido de unidades procedentes de un universo de referencia. Siempre existirá una diferencia entre los resultados obtenidos de las unidades que hemos seleccionado y las características del universo total del que proceden dichas unidades. A este error inherente a la muestra se le denomina “error de azar”, que será más pequeño cuanto más grande sea el número de unidades elegidas para confeccionar la muestra. Este error que es inevitable y se puede calcular matemáticamente, no supone un riesgo grave para los resultados de los estudios científicos.

Cuando el error no procede del número de unidades de la muestra, sino de que la muestra esté mal elegida o seleccionada, se le denomina “error sistemático o distorsión”, y es peligroso ya que no se puede controlar matemáticamente y puede condicionar o distorsionar los resultados de cualquier investigación científica.

Para evitar que se produzca el “error sistemático” es importante eludir toda tendencia a una elección deliberada o intencionada de las unidades muestrales, cosa que en nuestro estudio se ha intentado minimizar dejando en manos del azar la selección de todas las unidades. También es importante a la hora de que no se produzca el “error sistemático” que el investigador proceda con extremada cautela a la sustitución de las unidades muestrales resultantes que puedan aparecer repetidas de la extracción al azar.

Para poder llevar a cabo muestras representativas de un determinado universo, es imprescindible que dicho universo esté reflejado en una lista, un fichero o un registro sobre el cual se pueda realizar la labor de selección. A esta lista se le denomina comunmente “base de muestreo” o “base de la muestra”. En esta investigación consideramos la base de la muestra al conjunto de noticias que se incluyen a lo largo de un año en la programación de TVE y Telemadrid; y a lo largo de seis meses en la programación de Tele 5 y Antena 3.

La “base de la muestra” se compone de “unidades muestrales”, que son las unidades de selección; que en nuestro caso se corresponden con todas y cada una de las noticias emitidas por las cuatro cadenas de televisión citadas con anterioridad en los periodos que comprende nuestro análisis.

Una vez decidido el modo de extraer la muestra, el próximo problema es, habitualmente, determinar su tamaño. Es decir, seleccionar las unidades necesarias para que la muestra sea considerada suficientemente representativa del conjunto al que sustituye, y puedan obtenerse conclusiones generales que puedan ser admitidas como científicas.

La selección de una cantidad de unidades muestrales lo suficientemente numerosa garantiza la posibilidad de obtener resultados bastante fiables a cerca de las particularidades del universo reemplazado. Pero, por motivos prácticos, de presupuesto o de manejo de los datos, la práctica aconseja que dicha cantidad de elementos sea lo suficientemente grande, y al mismo tiempo lo más pequeña posible.

El óptima selección del número de elementos que compongan la muestra vendrá determinada tanto por el nivel de confianza que se pretenda otorgar a los resultados, como por el margen de error de estimación que estemos dispuestos a admitir.

El nivel de confianza se define como el grado desviación *standard* o σ , respecto al universo total. Los niveles de confianza que se usan con más frecuencia en encuestas e investigaciones estadísticas son los correspondientes a 3 σ , cuya probabilidad equivale al 997 por 1000, que representa una seguridad casi total; y a 2 σ , que supone una probabilidad de 955 por 1000.

En cuanto al error de estimación o de azar, inherente a toda muestra, dependerá de la naturaleza de la investigación que se lleve a cabo. Viene expresado en porcentajes e influye de modo directo en el número de elementos necesarios en la selección de una muestra; de manera que un error del 2% exigirá más elementos de la muestra que un error del 10%.

Normalmente, un nivel de confianza correspondiente a 2σ , que equivalea al 95,5%, y un margen de error del $\pm 5\%$, son baremos más que suficientes a fines de cualquier estudio científico.

Sentados previamente estos dos niveles de exactitud de nuestras deseadas medidas, podremos proceder a abordar el problema de estimar los elementos de la muestra.

En esta tesis doctoral se utilizó, inicialmente, una base muestral para el análisis de las noticias del teletexto en España compuesta por las noticias de teletexto de TVE y de Telemadrid a lo largo de un año. Dicha base muestral correspondía al número de noticias que se habían emitido a lo largo de 365 días entre las dos emisiones de teletexto. La cantidad de noticias diarias de estas dos cadenas suponía alrededor de cien, lo que correspondía a una base muestral de 36.500 noticias.

Sin embargo, la aparición y posterior inclusión en el análisis de los servicios de teletexto de Tele 5 y Antena 3 supuso que la selección de noticias inicial fuera insuficiente o incorrecta de acuerdo a los objetivos que se perseguían.

Una de las opciones que se barajaron para resolver el problema fue la de generar una nueva muestra que incluyera las noticias de las cuatro emisiones que iban a conformar el corpus de nuestro estudio. Pero, al estar bastante avanzado el proceso la selección de las noticias correspondientes a TVE y Telemadrid, se optó por mantener la base muestral original, y crear una segunda muestra con las noticias correspondientes a los teletextos de Tele 5 y de Antena 3. El período de análisis de estas dos cadenas se limitó a 187 días de emisión, que en el caso de Tele 5 incluía diariamente veinticinco

noticias y en el caso de Antena 3 constaba de veinte noticias diarias, lo que generó una base muestral de algo más de 8000 noticias.

Con estos dos universos se procedió a seleccionar dos muestras representativas de las que se pudieran obtener resultados científicos equiparables a la totalidad a la que representarían.

En ambas muestras se consideró que un margen de confianza del 95,5% era más que suficiente para poder extraer conclusiones significativas y válidas. En cuanto al error de estimación, en el caso de la muestra de TVE y Telemadrid, se estimó un error del $\pm 3\%$, y para la muestra de Tele 5 y Antena 3 se estimó un error del $\pm 4\%$.

Con estas premisas, y aplicando la fórmula de estimación de cálculo de los elementos de una muestra en el caso de un universo finito (menos de 100.000 elementos) para un nivel de confianza del 95,5%:

$$n = \frac{4 pqN}{E^2 (N-1) + 4pq}$$

donde:

n, es el número buscado de elementos de la muestra.

N, es el número de elementos del universo total.

p=q=50

E, es el error de estimación o de azar permitido.

* Determinación de una muestra sacada de una población finita (menos de 100.000 elementos), en J. Bugeda (Manual de Técnicas de Investigación Social; 1974; pág. 65-69)

En la obtención de las dos muestras que a nosotros nos ocupan y cuyo nivel de confianza es del 95,5%, en el caso de la muestra de TVE y Telemadrid con un error de estimación del $\pm 3\%$, la cantidad de elementos

seleccionada no debería ser inferior a 1079 noticias. Y en el caso de la muestra de Tele 5 y Antena 3, cuyo error de estimación es del $\pm 4\%$, la cantidad mínima permitida sería la de 580 noticias.

Para seleccionar dicho número de unidades muestrales se procedió primero a generar un listado (en nuestro caso dos listados; uno para cada una de las dos bases) de todas las noticias comprendidas en ambas muestras (36.500 y 8.235). Asociadas a estos listados se generaron dos series de tantos números aleatorios como noticias componían cada una de las bases muestrales. Para que la probabilidad de repetición de registros fuese mínima, se introdujo además la precaución de operar con números aleatorios de hasta 10 dígitos. Seguidamente se procedió a introducir aleatoriedad en los listados de noticias, que estaban ordenados de menor a mayor. Para ello se hizo corresponder cada noticia con un número aleatorio, cuyo orden se debía al azar. Dada la propiedad de los números aleatorios de que sea cual sea el orden la relación entre cualesquiera de ellos es también aleatoria, al tomar un número determinado de ellos y reordenarlo de menor a mayor su relación sigue siendo azarosa, pero convierte la serie a la que se había hecho corresponder en aleatoria. De este modo si se seleccionan en la serie de TVE y Telemadrid las primeras 1079 noticias y en la serie de Tele 5 y Antena 3 las primeras 580 noticias, ha sido por un riguroso sorteo debido al azar.

Para conocer la bondad de las muestras seleccionadas es posible que se pueda conocer y aislar cuantitativamente alguna característica del universo total, en nuestro caso, los días de la semana. De tal forma que si se obtiene una muestra cuya relación entre los días de la semana sea aproximadamente la misma que en la realidad, tendremos la certeza de haber llevado a cabo una buena muestra. Aunque es demasiado casual que el azar

reproduzca por sí mismo en la muestra las relaciones conocidas del universo que pretende representar.

Los medios técnicos hoy disponibles permiten generar automáticamente en poco tiempo muchas series de números aleatorios y evaluar la bondad de las muestras respecto al universo original. Esto permite elegir aquella muestra de la base de noticias que mejor se ajuste a los parámetros conocidos del universo (en este caso los días de la semana). En esta tesis doctoral, se ha decidido no realizar ningún ajuste o compensación que pudiera forzar los resultados obtenidos inicialmente, optando por la producción de nuevas muestras con el objetivo de seleccionar finalmente entre ellas, aquellas que ofrecían el mejor ajuste de las proporciones de noticias relativas a los días de la semana. La única operación realizada fue la de incrementar el número de elementos de la muestra con el objetivo de mejorar de esta forma en algo la relación empíricamente obtenida entre los días de la semana con los valores de los respectivos parámetros observados del universo.

Para asegurar la validez de nuestras muestras fueron seleccionadas finalmente 1571 noticias de la base muestral de TVE y Telemadrid, y 586 de la base muestral de Tele 5 y Antena 3. Cantidades de unidades muestrales más que suficientes para poder obtener resultados fiables sobre los universos totales de los que se han extraído. Y para poder llevar a cabo un análisis riguroso y completo sobre la producción de noticias de teletexto de las cuatro cadenas seleccionadas y que bien podrían extrapolarse dichos resultados a otros servicios de teletexto que se emitan en España.

Una vez seleccionadas las muestras finales de noticias que iban a ser la base de nuestro análisis, todavía quedaba por tomar una última cautela que diera un mayor rigor y credibilidad a nuestra selección. Como hemos citado con anterioridad, el teletexto actualiza sus noticias a lo largo de la emisión diaria, con lo que todavía quedaba por determinar a que franja horaria de las tres fijadas (a las 11:00; a las 17:00 ó a las 23:00) correspondían las noticias seleccionadas. Lo que se hizo en última instancia fue asignar aleatoriamente a la serie de noticias seleccionadas, que componían la muestra definitiva, el código uno, dos o tres que se correspondía con las franjas horarias en las que había que llevar a cabo la selección.

3.6. APARATO ANALÍTICO. TÉCNICAS O MÉTODOS DE OBTENCION DE LOS DATOS

La importancia de ajustar el aparato analítico al objeto de estudio y a su metodología específica, dependerá de que sea más o menos correcta la elección de las técnicas de tratamiento y de análisis que se utilicen para afrontar la investigación sobre cualquier aspecto de la realidad.

En esta tesis doctoral, antes de avanzar en las técnicas de análisis a utilizar, se procedió a elaborar una prueba piloto con el objetivo de evaluar entre los distintos métodos de análisis cuales eran los más convenientes, o los que mejor se ajustaban a nuestros fines y a nuestro objeto de estudio.

Esta prueba piloto consistió en seleccionar las cien primeras noticias de la muestra y proceder sobre ellas a completar lo más acertadamente posible el tratamiento del análisis definitivo. Siempre teniendo en cuenta cuál era nuestro objeto de estudio y cuáles eran los aspectos y propósitos que se perseguían en nuestra investigación. Para evitar así correr el riesgo (bastante frecuente en los estudios científicos) de elegir el aparato analítico con anterioridad e independencia del objeto de estudio y de los fines que se persiguen.

Los objetivos que se pretendían con dicha prueba piloto, que era intencionadamente muy sesgada, no eran los de establecer conclusiones científicamente aceptables (lo cual sólo es posible con muestras representativas), sino ajustar las variables y categorías para ser confirmadas, modificadas, sustituidas o desechadas para el análisis.

Se operó con mucha frecuencia con preguntas abiertas con el objetivo de ser codificadas posteriormente atendiendo a los contenidos que recogían dichas variables generales.

En definitiva lo que se pretendía y se consiguió con esta prueba piloto fue la creación de los protocolos de análisis definitivos que mejor se ajustaran al estudio que pretendíamos llevar a cabo sobre la producción de noticias de teletexto.

3.6.1. Protocolos para el análisis de las noticias de teletexto.

Una vez seleccionadas todas las informaciones que componían el universo de referencia sobre el que íbamos a aplicar nuestro modelo de análisis de la producción de las noticias de teletexto, se procedió a recoger todos los datos considerados necesarios para poder llevar a cabo nuestro análisis.

3.6.1.1. Análisis formal de la noticia.

La primera labor fue la de transcribir literalmente a una base de datos todas las noticias que componían nuestro corpus de estudio para poder tenerlas disponibles para el análisis en cualquier momento sin la necesidad de acudir a la información original. En segundo lugar se procedió a recoger y procesar la información relativa a dichas noticias tal y como son presentadas por el medio.

En este primer vaciado, relativo a los aspectos formales o estructurales, se recogieron aspectos relativos a la cadena a la que pertenecía la noticia, la sección en la que el medio insertaba la noticia, el número de noticias que incluía la página, el tipo de noticia, el número de palabras, el día de la semana de la emisión, y el número de página en la que aparecía en el medio

**ANALISIS
FORMAL
DE LA
NOTICIA**

Cadena.
Sección.
Número de noticias por página.
Número de palabras por noticia.
Tipo de Noticia (Breves/Ampliadas).
Día de la Semana.
Número de Página.

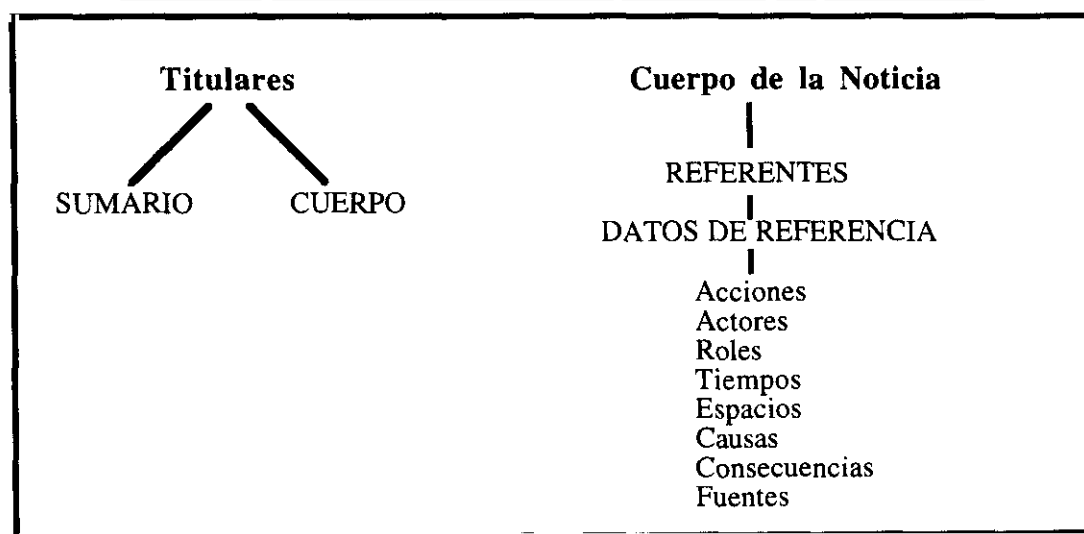
3.6.1.2. Analisis Referencial (del contenido) de la noticia.

Kaiser¹¹ aborda el análisis del contenido informativo de los diarios franceses atendiendo a los elementos de estructura que lo componen:

1. La publicidad.
2. Los titulares.
3. Los textos.
4. Los grabados o fotografías.

Nuestra investigación se circunscribe exclusivamente al análisis de las noticias, con lo que las unidades generales que se han tomado en cuenta en el análisis del contenido de la información en el teletexto son las que aparecen en el siguiente cuadro:

ANALISIS REFERENCIAL DE LAS NOTICIAS DE TELETEXO



¹¹ KAYSER, J. *El diario francés*. Barcelona, ATE, 1986, pág.97.

3.6.1.2.1. Protocolos para el análisis de los titulares de las noticias de teletexto.

El análisis de los titulares de las noticias de teletexto remite al análisis de los dos tipos de titulares que han aparecido en dichas noticias:

1. Análisis de los titulares de Sumario. De este tipo de titulares tan sólo se tomó en cuenta el número de palabras y si en dichos titulares se ofrece información sobre un solo referente (Unirreferencial) o sobre más de uno (Multirreferencial)

2. Análisis de los titulares de Cuerpo. Consideramos que este tipo de titulares por ir encabezando el cuerpo de la noticia, requería un análisis más pormenorizado que el de los titulares de sumario. El análisis de los titulares de cuerpo se ha llevado a cabo atendiendo a categorías como el número de palabras con que se elaboran, el estilo sintáctico, la estructura, el número de clases de datos de referencia de los que ofrecen información, etc.

TITULAR DE SUMARIO
Número de palabras Nº de Referentes (Referencialidad)

TITULAR DE CUERPO
Número de palabras Estructura referencial (Nº Referentes) Estilo Titular Estructura Titular Contexto/Titular Nº de Clases de Datos de Referencia. Presencia de Acciones Presencia de Actores Presencia de Roles Presencia de Tiempos Presencia de Espacios Presencia de Causas Presencia de Consecuencias Presencia de Fuentes

3.6.1.2.2. Protocolos para el análisis del Cuerpo de las noticias de teletexto.

Lo que denominamos cuerpo de la noticia, como hemos explicado anteriormente corresponde al desarrollo de la misma, es decir a su contenido textual.

El protocolo de vaciado inicial de la información del cuerpo de las noticias de teletexto responde a una serie de cuestiones consideradas de interés para el posterior análisis. Se aplicó sobre las 2157 noticias que componen finalmente nuestro corpus.

Cuerpo de la Noticia	Estructura Referencial Nivel de Actualidad Nº de Acciones Nº de Actores Nº de Roles Nº de Tiempos Nº de Espacios Nº de Causas Nº de Consecuencias Nº de Fuentes
-------------------------------------	--

En las 2157 noticias analizadas se ofrece información sobre 2526 objetos de referencia distintos (unidades referenciales), para cada uno de estos 2526 referentes se diseñaron tres repertorios de cuestiones a los que debía darse respuesta.

1. Estructura Composicional.

Cada unidad referencial u objeto de referencia diferenciado en las noticias de teletexto es analizado en función de la estructura composicional de sus datos de referencia. Es decir si ha sido confeccionado por el mediador sólo con material principal o con material principal y secundario (explicativo, de contexto y alternativo).

Referente (Unidad Referencial)	<u>Estructura Referencial</u>
	Sólo Material Principal Material Principal y Secundario Material Explicativo Material de Contexto Material Alternativo

2. Ambitos Referenciales.

Un Referente puede pertenecer a uno o a varios ámbitos temáticos diferentes, por lo que las agrupaciones se llevaron a cabo atendiendo a los distintos ámbitos a los que pertenecía el referente.

Se utilizó en principio el siguiente protocolo de recogida de los ámbitos referenciales a los que remitían los distintos objetos de referencia:

ANALISIS DE LOS AMBITOS REFERENCIALES	
1	Política General. Procede de la suma de los referentes de ámbitos más concretos: Partidos Autonomías. Parlamento. Gobierno. Municipal. Monarquía. Elecciones. Corrupción Política.
2	Relaciones Internacionales General. Procede de la suma de los referentes de ámbitos más concretos: Conflictos bélicos. Acuerdos de Paz. Acuerdos Internacionales. Conflictos Pesqueros. Participación en conflictos. Relaciones entre Estados.
Continúa en la página siguiente	

- 3 Económico General. Procede de la suma de los referentes de ámbitos más concretos:
 - Huelgas y Manifestaciones.
 - Sindicatos.
 - Paro.
 - Inseguridad Laboral.
 - Cierres y Regulaciones de Empresas.
 - Medidas Económicas.
 - Empresas.
- 4 Cultura General. Procede de la suma de los referentes de ámbitos más concretos:
 - Premios Literarios o Científicos.
 - Exposiciones.
 - Homenajes.
 - Conciertos.
 - Cine.
 - Teatro.
- 5 Judicial General. Procede de la suma de los referentes de ámbitos más concretos:
 - Juicios.
 - Declaraciones.
 - Condenas Judiciales.
 - Jurado.
 - Poder Judicial.
- 6 Violencia Política General. Procede de la suma de los referentes de ámbitos más concretos:
 - Atentados.
 - Asesinatos Políticos.
 - Enfrentamientos con Fuerzas del Orden.
 - Detenciones políticas.
 - Terrorismo.
 - Guerras Cíviles.
 - Conflictos Etnico-Religiosos.
- 7 Violencia Civil General. Procede de la suma de los referentes de ámbitos más concretos:
 - Robos
 - Secuestros.
 - Asesinatos.
 - Violaciones.
 - Agresiones Racistas.
 - Accidentes de Tráfico.
 - Desordenes públicos.
- 8 Problemas Sociales General. Procede de la suma de los referentes de ámbitos más concretos:
 - Sida.
 - Drogas.
 - Narcotráfico.

Continúa en la página siguiente

- | | |
|----|--|
| | Pobreza y Marginación. |
| | Crecimiento Demográfico. |
| | Hambre y Subdesarrollo. |
| | Solidaridad. |
| | Racismo. |
| | Emigración. |
| 9 | Sociedad General. Procede de la suma de los referentes de ámbitos más concretos: |
| | Entierros. |
| | Nacimientos. |
| | Bodas. |
| | Separaciones y Divorcios. |
| | Fiestas y Celebraciones Populares. |
| 10 | Religión General. |
| 11 | Ecología General. |
| 12 | Sanidad General. |
| 13 | Educación General. |
| 14 | Deportes General. |
| 15 | Agricultura. |
| 16 | Fuerzas Armadas |

Un protocolo tan extenso resultaba de muy complicada aplicación en el posterior análisis, dicha funcionalidad analítica hizo que se resolviese agrupando y dicotomizando las variables (de las que se dan cuenta en el Libro de Códigos).

El protocolo definitivo sobre los ámbitos referenciales quedó reducido finalmente a las siguientes categorías temáticas o referenciales:

Referentes Políticos
Referentes Económicos.
Referentes de Violencia.
Referentes de Sociedad Civil.
Referentes deportivos

Posteriormente se llevo a cabo una agrupación de dichos ámbitos temáticos atendiendo al carácter público o cotidiano al que remitían:

Referentes del Ambito de lo Público. Referentes del Ambito de lo Privado

3) Información sobre las clases de datos de referencia.

En cada uno de los referentes estudiados (2526) se recogió la información relativa a la presencia de las clases de datos de referencia seleccionados en nuestra investigación.

Datos de Referencia	Presencia de Acciones Presencia de Actores Presencia de Roles Presencia de Tiempos Presencia de Espacios Presencia de Causas Presencia de Consecuencias Presencia de Fuentes
----------------------------	---

c) Tratamiento singularizado de los datos de referencia.

Posteriormente se procedió a recoger y codificar la información relativa a las ocho clases de datos de referencia que se incluía en los 2526 objetos de referencia estudiados. Abriéndose un protocolo de preguntas para cada una de las clases de datos de referencia.

1. Acciones.

En los 2526 referentes seleccionados se recogieron 6136 acciones diferentes, que se adscribieron todas y cada una de ellas a los siguientes ámbitos temáticos:

Acciones de las noticias del Teletexto	Militar. Deportiva. Política. Judicial. Policial. Terrorismo. Económica. Laboral. Pacífica. Violencia. Religiosa. Sindical. Protesta. Solidaria. Ecológica. Cultural. Delictiva. Accidental. Denuncia. Sociedad. Tipo de Acción
---	---

Al igual que suponía con los ámbitos referenciales, un protocolo tan extenso resultaba de muy complicada aplicación en el posterior análisis, dicha funcionalidad analítica hizo que se resolviese agrupando y dicotomizando las variables (de las que se dan cuenta en el Libro de Códigos).

El protocolo definitivo relativo a los ámbitos de las acciones quedó finalmente de la siguiente manera:

Acciones Políticas Acciones Económicas. Acciones de Violencia. Acciones de Sociedad Civil. Acciones deportivas
--

Posteriormente se llevo a cabo una agrupación de dichos ámbitos temáticos de la acción atendiendo al carácter público o cotidiano al que remitían:

Acciones del Ambito de lo Público. Acciones del Ambito de lo Privado

2. Actores.

Del vaciado de las noticias que componían nuestra muestra se obtuvieron y recogieron 7875 actores diferenciados en cada objeto de referencia:, a cada uno de los cuales se le aplicó el siguiente cuestionario:

Actores de las noticias del Teletexto	Naturaleza Género Individualización Institucionalidad Identificación Singularidad
--	--

3. Roles.

Asociados a los personajes se recogieron 2134 funciones o roles explícitos en las noticias de teletexto, que se adscribieron a los siguientes ámbitos temáticos:

Roles de las noticias del teletexto	Político. Territorial. Económico. Deportivo. Judicial. Religioso. Cultural. Social. Biológico. Laboral. Militar. Policial. Otros.
--	---

La misma problemática que se planteaba con los ámbitos referenciales y con las acciones, supuso que por motivos de funcionalidad analítica se resolviese agrupando y dicotomizando las variables (de las que se dan cuenta en el Libro de Códigos).

El protocolo definitivo sobre roles explícitos de los personajes quedó finalmente de la siguiente manera:

Roles Políticos Roles Económicos. Roles de Violencia. Roles de Sociedad Civil. Roles deportivos

Posteriormente se llevo a cabo una agrupación de dichos ámbitos temáticos de las funciones explícitas de los personajes atendiendo al carácter público o cotidiano al que remitían:

Roles del Ambito de lo Público. Roles del Ambito de lo Privado

4. Temporalidad.

El análisis de la temporalidad de las noticias de teletexto se llevó a cabo atendiendo al concepto de “historicidad” propuesto por Martín Serrano, y al que nos hemos referido en el capítulo relativo al modelo teórico de esta tesis doctoral.

El protocolo de recogida de la información relativa a la temporalidad de las noticias de teletexto se sintetiza en el siguiente cuadro:

Temporalidad de las noticias de teletexto	Presente. Pasado. Futuro. Presente/Pasado. Presente/Futuro. Presente/Pasado/Futuro.
--	--

5. Espacialidad.

El análisis de la espacialidad de las noticias de teletexto se recogió atendiendo a dos criterios:

1. Ambito geográfico: noticias que se desarrollan espacialmente en España (Nacional- Autonómico - Local), y noticias que se producen en el extranjero.

2. Repercusión de las noticias. Este nivel de análisis de la espacialidad recoge la repercusión, influencia o mención de las noticias de un ámbito con respecto al otro ámbito, es decir, la repercusión o influencia de las noticias nacionales en el extranjero y viceversa.

Espacialidad de las noticias de teletexto	Nacional Repercusión Nacional Internacional Repercusión Internacional
--	--

6. Causalidad.

El análisis de la causalidad de las noticias de teletexto atiende únicamente a la presencia o ausencia de causas en dichas noticias.

Causalidad de las noticias de teletexto	Presencia /ausencia de causas
--	-------------------------------

7. Consecuencialidad.

El análisis de la consecuencialidad de las noticias de teletexto atiende únicamente a la presencia o ausencia de consecuencias en dichas noticias.

Consecuencialidad de las noticias de teletexto	Presencia /ausencia de consecuencias
---	--------------------------------------

8. Fuente Informativa.

El análisis de la adscripción explícita de la información de las noticias de teletexto a una fuente informativa, se aplicó sobre los 494 casos seleccionados en las noticias que componían nuestra muestra.

El protocolo utilizado para la recogida y vaciado de la fuente responde a las siguientes categorías de análisis:

La fuente informativa en las noticias de teletexto	Tipo de Atribución Nivel de Atribución Forma de Atribución Individuación Comunicatividad Nominación Institucionalidad Plano Narrativo.
---	---

Con todos los datos obtenidos de la recogida de la información de los diferentes protocolos se procedió en primer lugar a su análisis estadístico con el que se llevaron a cabo dos tipos de tratamiento:

- Distribución de las frecuencias y porcentajes de las variables simples, que son todas las variables originales de las que se ha dado cuenta en los anteriores protocolos de recogida de la información.

- La segunda labor del análisis estadístico es la de recoger las frecuencias y porcentajes de las variables cruzadas (dos a dos), para medir la significatividad de los datos.

A parte de este tratamiento estadístico también se ha realizado un tratamiento lógico de los datos, consistente en la agrupación de variables en nuevas categorías en función de sus analogías y diferencias.

3.7. NIVELES DE ANÁLISIS.

Los niveles de análisis son los procedimientos seguidos para analizar los contenidos de las noticias de teletexto a partir de las unidades básicas sobre las que se sustenta la investigación relativa a nuestro objeto de estudio.

Esta tesis doctoral se basa en el análisis de las cuatro grandes categorías en torno a las cuales pretendemos explicar el fenómeno de la producción de noticias de teletexto. Dichas categorías se relacionan entre sí conformando los niveles de análisis considerados necesarios para poder extraer conclusiones científicas y generales sobre el tema que nos ocupa.

1. La Noticia.
2. Los Datos de Referencia.
3. El Referente o la Unidad Referencial.
4. Los Mediadores (Cadenas de TV que emiten el teletexto).

Nivel 1.

LA NOTICIA.

La noticia de teletexto puede aparecer en el teletexto conformada por:

- a) Titular de Sumario.- Titular de Cuerpo.- Cuerpo de la noticia.
- b) Cuerpo de la noticia.

1.1. Aspectos Estructurales de la noticia.

Sección

Cadenas

-Titulación de Índice o de Sumario.

Número de palabras Sumario.

-Titulación de Cuerpo.

Número de palabras del titular de Cuerpo.

-Cuerpo de la noticia.

Número de palabras del cuerpo de la noticia.

Tipo de Noticia (Breve-Ampliada).

1.2. Aspectos Referenciales de la noticia.

-Titulación de Índice o de Sumario.

Referencialidad del titular de Sumario.

-Titulación de Cuerpo.

Referencialidad del titular de Cuerpo.

Estilo Titular de Cuerpo.

Estructura Titular de Cuerpo.

Contexto del Titular de Cuerpo.

Número de datos de referencia del Titular de Cuerpo.

Presencia de Acciones en el Titular de Cuerpo.

Presencia de Actores en el Titular de Cuerpo.

Presencia de Roles en el Titular de Cuerpo

Presencia de Tiempos en el Titular de Cuerpo

Presencia de Espacios en el Titular de Cuerpo

Presencia de Causas en el Titular de Cuerpo

Presencia de Consecuencias en el Titular de Cuerpo

Presencia de Fuentes en el Titular de Cuerpo.

- Presencia de Titular de Sumario y de Titular de Cuerpo.

Comparación Titular de Sumario/Titular de Cuerpo.

Variación Titular de Sumario/Titular de Cuerpo.

-Cuerpo de la noticia.

Referencialidad de la noticia.

Nivel de Actualidad.

Estructura de la Información

Mat. Principal/Mat.Secundario.

Mat. Explicativo.

Mat. de Contexto.

Mat. Alternativo.

Número de clases de datos que contienen las noticias de teletexto.

Acciones.
Actores.
Roles.
Tiempos.
Espacios.
Tiempos.
Causas.
Consecuencias.
Fuentes.

1.3. Articulación entre Estructura y Referencia de las Noticias de Teletexto.

Nivel 2.

LOS DATOS DE REFERENCIA.

2. 1. ACCIONES

2.1.1. Análisis de la Referencia de las Acciones

Acciones del Ambito Político
Acciones del Ambito Económico
Acciones del Ambito de la Violencia
Acciones del Ambito de la Sociedad Civil
Acciones del Ambito Deportivo
Acciones del Ambito Público/Privado
Tipo de Acción

2.1.2. Análisis de la Referencia de las Acciones con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

Acciones del Ambito Político
Acciones del Ambito Económico
Acciones del Ambito de la Violencia
Acciones del Ambito de la Sociedad Civil
Acciones del Ambito Deportivo
Acciones del Ambito Público/Privado
Tipo de Acción

Referencialidad de la noticia Nivel de Actualidad Principal/Mat.Secundario. Mat. Explicativo. Mat. de Contexto. Mat. Alternativo.
--

2.1.3. Análisis de la Referencia de las Acciones con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia

Acciones del Ambito Político
Acciones del Ambito Económico
Acciones del Ambito de la Violencia
Acciones del Ambito de la Sociedad Civil
Acciones del Ambito Deportivo
Acciones del Ambito Público/Privado
Tipo de Acción

Tipo de Noticia Sección

2.2. ACTORES

2.2.1. Análisis de la Referencia de los Actores

Naturaleza
 Género
 Individualización
 Institucionalidad
 Identificación
 Singularidad

2.2.2. Análisis de la Referencia de los Actores con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

Naturaleza
 Género
 Individualización
 Institucionalidad
 Identificación
 Singularidad

Referencialidad de la noticia Nivel de Actualidad Principal/Mat.Secundario. Mat. Explicativo. Mat. de Contexto. Mat. Alternativo.
--

2.2.3. Análisis de la Referencia de los Actores con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia

Naturaleza
 Género
 Individualización
 Institucionalidad
 Identificación
 Singularidad

Tipo de noticia Sección

2.3. ROLES

2.3.1. Análisis de la Referencia de los Roles

Roles del Ambito Político
 Roles del Ambito Económico
 Roles del Ambito de la Violencia
 Roles del Ambito de la Sociedad Civil
 Roles del Ambito Deportivo
 Roles del Ambito Público/Privado

2.3.2. Análisis de la Referencia de los Roles con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

Roles del Ambito Político
 Roles del Ambito Económico
 Roles del Ambito de la Violencia
 Roles del Ambito de la Sociedad Civil
 Roles del Ambito Deportivo
 Roles del Ambito Público/Privado

Referencialidad de la noticia Nivel de Actualidad Principal/Mat.Secundario. Mat. Explicativo. Mat. de Contexto. Mat. Alternativo.
--

2.3.3. Análisis de la Referencia de los Roles con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia

Roles del Ambito Político
Roles del Ambito Económico
Roles del Ambito de la Violencia
Roles del Ambito de la Sociedad Civil
Roles del Ambito Deportivo
Roles del Ambito Público/Privado

Tipo de Noticia

Sección

2.4. ESPACIOS

2.4.1. Análisis de la Referencia de la Espacialidad.

Espacialidad Nacional.
Repercusión Nacional
Espacialidad Internacional.
Repercusión Internacional.

2.4.2. Análisis de la Referencia de la Espacialidad con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

Espacialidad Nacional.
Repercusión Nacional
Espacialidad Internacional.
Repercusión Internacional.

Referencialidad de la noticia
Nivel de Actualidad
Principal/Mat.Secundario.
Mat. Explicativo.
Mat. de Contexto.
Mat. Alternativo.
Datos de Referencia

2.4.3. Análisis de la Referencia de la Espacialidad con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia

Espacialidad Nacional.
Repercusión Nacional
Espacialidad Internacional.
Repercusión Internacional.

Tipo de noticia

Sección.

2.5. TIEMPOS

2.5.1. Análisis de la Referencia de la Temporalidad

Temporalidad

2.5.2. Análisis de la Referencia la Temporalidad con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

Temporalidad

Referencialidad de la noticia Nivel de Actualidad Principal/Mat.Secundario. Mat. Explicativo. Mat. de Contexto. Mat. Alternativo. Datos de Referencia

2.5.3. Análisis de la Referencia de la Temporalidad con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia

Temporalidad

Tipo de noticia Sección

2.6. CAUSAS

2.6.1. Análisis de la Referencia de las Acciones

Presencia de Causas

2.6.2. Análisis de la Referencia de la Causalidad con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

Presencia de Causas

Referencialidad de la noticia Nivel de Actualidad Principal/Mat.Secundario. Mat. Explicativo. Mat. de Contexto. Mat. Alternativo. Datos de Referencia

2.6.3. Análisis de la Referencia de la Causalidad con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia

Presencia de Causas

Tipo de noticia Sección

2.7. CONSECUENCIAS

2.7.1. Análisis de la Referencia de la Consecuencialidad.

Presencia de Consecuencias.

2.7.2. Análisis de la Referencia la Consecuencialidad con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

Presencia de Consecuencias

Referencialidad de la noticia Nivel de Actualidad Principal/Mat.Secundario. Mat. Explicativo. Mat. de Contexto. Mat. Alternativo. Datos de Referencia

2.7.3. Análisis de la Referencia de la Consecuencialidad con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia

Presencia de Consecuencias

Tipo de noticia Sección

2.8. FUENTES

2.8.1. Análisis de la Referencia de Referencialidad de las Fuentes Informativas.

Tipo de Atribución
Nivel de Atribución
Forma de Atribución
Individuación de la Fuente
Comunicatividad de la Fuente
Nominación de la Fuente
Institucionalidad de la Fuente
Plano Narrativo de la Fuente

2.8.2. Análisis de la Referencia de las Fuentes Informativas con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

Tipo de Atribución
Nivel de Atribución
Forma de Atribución
Individuación de la Fuente
Comunicatividad de la Fuente
Nominación de la Fuente
Institucionalidad de la Fuente
Plano Narrativo de la Fuente

Referencialidad de la noticia Nivel de Actualidad Principal/Mat.Secundario. Mat. Explicativo. Mat. de Contexto. Mat. Alternativo.
--

2.8.3. Análisis de la Referencia de las Fuentes Informativas con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia

Tipo de Atribución
 Nivel de Atribución
 Forma de Atribución
 Individuación de la Fuente
 Comunicatividad de la Fuente
 Nominación de la Fuente
 Institucionalidad de la Fuente
 Plano Narrativo de la Fuente

Tipo de noticia

Sección

Nivel 3.

LOS REFERENTES DE LA NOTICIA.

3. 1. Análisis de los Aspectos Referenciales del Referente.

Referentes Ambito Político
 Referentes Ambito Económico
 Referentes Ambito de la Violencia
 Referentes Ambito de la Sociedad Civil
 Referentes Ambito Deportivo
 Referentes Público/Privado

3. 2. Análisis de los Aspectos Referenciales del Referente con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

Referentes Ambito Político
 Referentes Ambito Económico
 Referentes Ambito de la Violencia
 Referentes Ambito de la Sociedad Civil
 Referentes Ambito Deportivo
 Referentes Público/Privado

Referencialidad de la noticia
 Nivel de Actualidad
 Principal/Mat.Secundario.
 Mat. Explicativo.
 Mat. de Contexto.
 Mat. Alternativo.

3. 3. Análisis de los Aspectos Referenciales del Referente con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia

Referentes Ambito Político
 Referentes Ambito Económico
 Referentes Ambito de la Violencia
 Referentes Ambito de la Sociedad Civil
 Referentes Ambito Deportivo
 Referentes Público/Privado

Tipo de noticia

Sección

3. 4. Análisis de los Aspectos Referenciales del Referente con respecto a los aspectos de la referencia de cada una de las clases de datos.

Referentes Ambito Político
Referentes Ambito Económico
Referentes Ambito de la Violencia
Referentes Ambito de la Sociedad Civil
Referentes Ambito Deportivo
Referentes Público/Privado

Acciones.
Actores.
Roles.
Tiempos.
Espacios.
Tiempos.
Causas.
Consecuencias.
Fuentes.

Nivel 4

MANEJO DEL MODELO DE MEDIACION POR LOS DISTINTOS MEDIADORES.

4. 1. Análisis del modelo de los distintos mediadores con respecto a los aspectos Referenciales de la noticia.

MEDIADORES

Referencialidad de la noticia
Nivel de Actualidad
Principal/Mat.Secundario.
Mat. Explicativo.
Mat. de Contexto.
Mat. Alternativo.

4. 2. Análisis del modelo de los distintos mediadores con respecto a los aspectos Estructurales de la noticia.

MEDIADORES

Tipo de noticia
Sección

4. 3. Análisis del modelo de los distintos mediadores con respecto a los aspectos Referenciales de los Datos de Referencia.

MEDIADORES

Acciones.
Actores.
Roles.
Tiempos.
Espacios.
Tiempos.
Causas.
Consecuencias.
Fuentes.

4. 4. Análisis del modelo de los distintos mediadores con respecto a los aspectos Referenciales del Referente.

MEDIADORES

Referentes Políticos Referentes Económicos Referentes de Violencia Referentes Sociedad Civil Referentes Deportivos Referentes Público/Privados

4. 5. Análisis del modelo de los mediadores Públicos o Privados con respecto a los aspectos Estructurales de la noticia.

MEDIADORES
PUBLICO-PRIVADOS

Referencialidad de la noticia Nivel de Actualidad Principal/Mat.Secundario. Mat. Explicativo. Mat. de Contexto. Mat. Alternativo.
--

4. 6. Análisis del modelo de los mediadores Públicos o Privados con respecto a los aspectos Referenciales de la noticia.

MEDIADORES
PUBLICO-PRIVADOS

Tipo de noticia Sección

4. 7. Análisis del modelo de los mediadores Públicos o Privados con respecto a los aspectos Referenciales de los Datos de Referencia.

MEDIADORES
PUBLICO-PRIVADOS

Acciones. Actores. Roles. Tiempos. Espacios. Tiempos. Causas. Consecuencias. Fuentes.

4. 8. Análisis del modelo de los mediadores Públicos o Privados con respecto a los aspectos Referenciales del Referente.

MEDIADORES
PUBLICO-PRIVADOS

Referentes Políticos
Referentes Económicos
Referentes de Violencia
Referentes Sociedad Civil
Referentes Deportivos
Referentes Público/Privados

CAPITULO 4

INTRODUCCIÓN AL MEDIO TELETEXTO.

4.1. EL TELETXTO: ORIGEN Y DESARROLLO.

En el inicio de la década de los setenta el organismo público de radiodifusión británico (BBC) comenzó a investigar y desarrollar un sistema de subtulado que permitiera a las personas sordas o con deficiencias auditivas acceder de forma más completa a los contenidos de los programas de televisión, a los que por su discapacidad no tenían acceso.

Debía tratarse de un sistema rápido y fácilmente actualizable que sirviese la información a las personas sordas de manera simultánea a las imágenes, y que al mismo tiempo no afectara al resto de la audiencia.

En el estudio de esta problemática, los ingenieros de la BBC descubrieron que a través de las líneas no utilizables del canal de televisión, podían emitir información digitalizada sin que distorsionara la programación televisiva convencional.

A finales de 1972, los ingenieros de la BBC ya habían concluido las investigaciones básicas, y con ellas habían descubierto que el nuevo

sistema de transmisión digitalizada de datos a parte de servir a las necesidades informativas de las personas con deficiencias auditivas, también servía para transmitir una gran cantidad de información que podría ser de interés para el conjunto de la audiencia. Se trataba en definitiva de la aparición de una nueva tecnología o de un nuevo medio de comunicación que facilitaba la aparición de un nuevo campo de investigación y de aplicaciones informativas hasta entonces inexistente.

Desde la BBC se denominó a este sistema Ceefax, que proviene de la analogía fonética inglesa “see facts” (“ver hechos”).

Paralelamente, y también en Gran Bretaña, un equipo de ingenieros de la IBA (Independent Broadcasting Authority), sin guardar relación con los trabajos de los investigadores de la emisora pública británica, desarrollaron un sistema distinto pero equivalente, denominado ORACLE (Optional Reception of Announcements by Coded Line Electronics); es decir, recepción opcional de informaciones por medio de líneas electrónicas codificadas.

Ante las dificultades e inconvenientes de implantación que podrían generar dos sistemas distintos, se creó un grupo de trabajo con el objetivo de compatibilizar y unificar ambos sistemas. Dicho grupo de trabajo estaba compuesto por técnicos de ambas cadenas de televisión, de la BREMA (British Radio Equipment Manufacturers Association) y de la administración de correos británica. Es interesante destacar la participación desde el primer momento de la asociación de fabricantes de componentes (BREMA) en el desarrollo del teletexto. Esto supuso que la industria televisiva británica apostara fuerte por la nueva tecnología.

Así, en el año 1973 se unificó el sistema de teletexto británico bajo la denominación inicial de UK Teletext y posteriormente la de WST (World Sistem Teletext).

A partir de ese momento ambas cadenas de televisión comenzaron sus emisiones en pruebas con el objetivo de definir las posibles aplicaciones del nuevo medio de comunicación.

En noviembre de 1976 se aprueba por parte del gobierno británico la norma del teletexto en Gran Bretaña. Es entonces cuando los servicios de teletexto de las dos cadenas comienzan a emitirse regularmente y de forma ininterrumpida.

Inicialmente cada servicio contenía menos de cien páginas de información, y en sus contenidos se pretendió desde el primer momento llegar a toda la audiencia y no sólo a las personas sordas. Por este motivo se ofrecía información de interés general, aunque también se mantuvo la finalidad inicial de servir a las personas con deficiencias auditivas por medio del subtítulo de las imágenes.

El principal problema con el que se encontró inicialmente la difusión y expansión masiva de los servicios de teletexto en Gran Bretaña fue el bajo número de televisores equipados con decodificador de teletexto. A finales de la década de los setenta el parque de televisores que podían captar la señal de teletexto no superaban los 15.000 aparatos. La decisiva intervención del gobierno británico en favor de las nuevas tecnologías y concretamente del teletexto, incentivando la compra de televisores con decodificador, supuso un importante impulso que hizo que un intervalo de

tiempo pequeño se pasará de los 15.000 televisores iniciales con servicio de teletexto en 1979, a más de dos millones de aparatos en 1984.

Paralelamente al inicio y desarrollo de las investigaciones británicas sobre los sistemas de teletexto, se desarrollaron en Francia las especificaciones de los sistemas DIDON y ANTIOPE que, en conjunto, constituían la base de un sistema rival del británico e incompatible con él.

Los primeros pasos de dicho sistema se llevaron a cabo en el año 1972 bajo la supervisión del Centro Común de Estudios de la Televisión y de las Comunicaciones (CCETT) de Francia.

Aunque el sistema francés se desarrolló con independencia del sistema británico, los investigadores franceses pudieron beneficiarse de las experiencias y el conocimiento de los resultados y estrategias de sus colegas de Gran Bretaña. Y así, conseguir una sustancial mejora en cuanto a su presentación gráfica y en la utilización de un mayor repertorio de signos. Estas ventajas tenían como contrapartida un mayor encarecimiento del decodificador; y esto, por consiguiente, suponía un mayor retraso en su puesta en servicio.

En la década de los ochenta, el gobierno francés también intervino decididamente en favor del sistema francés de teletexto, con el objetivo de incidir en el desarrollo de la producción industrial, reduciendo costes que facilitaran la implantación masiva de receptores con decodificador de teletexto.

La mayor parte de los países europeos se han decantado por el sistema de teletexto británico (Alemania, Suiza, Austria, Holanda, etc), frente

a las experiencias americanas (EEUU y Canada) y japonesas, donde se ha optado por sistemas propios derivados del francés adaptados a sus propias características (sistemas NABTS y TELIDON).

La mayor parte de los teletextos europeos están en manos de empresas de comunicación públicas¹ de carácter nacional (BBC, RAI, France 2, TVE, NOS, ORF, NRK, ARD-ZDF, etc.), o territoriales (en España por ejemplo TV-3 y Telemadrid); aunque cada vez han ido apareciendo más servicios de teletexto por parte de cadenas de televisión privadas, cuyos objetivos no son tanto los de ofrecer un servicio público de información, sino los de rentabilizar sus servicios a través de los ingresos obtenidos por la gestión de la publicidad.

En 1994 el parque de televisores dotados del decodificador que permite la recepción de servicios de teletexto en Europa se encontraba de la siguiente manera:

¹ “las potencialidades que este tipo de servicios posee, han decidido también a los gobiernos y organizaciones de radiodifusión de los países pequeños y medios a impulsar su aplicación como complemento de la radiodifusión de televisión convencional” BARRASA, G. *Incertidumbres y vacilaciones del teletexto en España*. Revista Telos, nº1, Madrid. Enero de 1985.

Países con Servicios de teletexto	Nº de televisores con teletexto	Porcentaje de Hogares
Alemania - Videotext ARD-ZDF - Teletext SAT-1 - Teletext SAT-3 - Teletext RTL	12.500.000	54 %
Austria - Teletext ORF	1.200.000	40 %
Bélgica - Teletext BRT	500.000	45 %
Croacia	50.000	8 %
Checoslovaquia	100.000	10 %
Dinamarca - Tekst-TV	1.500.000	45 %
Eslovenia	100.000	9 %
España - Teletexto TVE - Teleservei TV3 - Efetexto Telemadrid	3.100.000	30 %
Finlandia - Teksti-TV YLE	800.000	35 %
Francia - TF2 - TV5	400.000	7 %
Holanda - Teletekst NOS - RTL 4	2.300.000	46 %
Hungría - Teletext MTV	500.000	12 %
Irlanda - Aertel RTE	500.000	10 %
Italia - Televideo RAI	5.000.000	42 %
Noruega Tekst-TV NRK	1.000.000	39 %
Polonia	50.000	8 %
Reino Unido - Teletext Channel 4 - Supertext - The Children's Channel - Sportext - Skytext - CNN Text	12.000.000	48 %
Suecia - Text TV SVT	2.000.000	35 %
Suiza - Teletext (DRS, TSR, TSI)	1.300.000	60 %
Turquía - Telegün TRT	500.000	8 %

Fuente: LOPEZ de ZUAZO, A. La realidad del teletexto en Europa, 1994, pág. 6.

4.1.1. Inicios del teletexto en España.

Como reflejo de las experiencias que se estaban llevando a cabo en Europa de los servicios de teletexto, en 1981 Radio Televisión Española parece poner un cierto interés en la difusión de un servicio de teletexto en España.

Los difusos primeros pasos que se dan en este campo no cuentan con el apoyo ni de la Administración ni de la industria, que no se sienten atraídos en un primer momento por el nuevo medio de comunicación que se está desarrollando en Europa.

Una de las primeras cuestiones a resolver fue la de que sistema era el más conveniente para desarrollar el teletexto en España. En un primer momento se decidió utilizar como norma provisional el sistema ANTIOPE francés en detrimento del sistema británico, debido principalmente al mayor repertorio de signos que ofrecía el sistema ANTIOPE, lo que permitía poder escribir en todas las lenguas oficiales del estado español.

En 1982, y con motivo del Mundial de Fútbol celebrado en España, comenzaron las emisiones en pruebas. Dichas emisiones consistieron en la difusión de información relativa al Mundial de fútbol en 150 receptores de televisión distribuidos en lugares estratégicos de la geografía española.

Esta emisión en pruebas se prolonga con una dotación muy escasa de personal técnico y de profesionales de la información (redactores) hasta las elecciones legislativas de ese mismo año. El equipo directivo surgido a raíz de estas elecciones parece poner un mayor interés en el desarrollo del

teletexto y dicta una serie de líneas fundamentales destinadas a fomentar la emisión y difusión del servicio de teletexto en España:

1. Ampliación mínima de la plantilla de personal (sobre todo con profesionales de la información) y dotación de equipamiento auxiliar que permitiera proseguir las experiencias con mayor regularidad.

2. Realización de una investigación de mercado que determinara las inclinaciones del público y su interés respecto al teletexto.

3. Esa investigación debía ser complementaria por otra en el mundo empresarial y de negocios sobre aplicaciones específicas del teletexto.

4. Simultáneamente a la prosecución de las experiencias de teletexto propiamente dicho, emisión de una simulación de plena pantalla que permitiera la familiarización del público con el mismo y la realización de las encuestas y sondeos previos.

5. Establecimiento de conversaciones con la Administración y la industria con objeto de coordinar un plan de implantación del servicio.

6. En función de dichas conversaciones y los resultados obtenidos de las investigaciones y experiencias, diseño del plan de implantación definitivo, primero con un servicio nacional y posteriormente con servicios regionales.

Una vez dictadas estas normas maestras que debían servir para llegar a la emisión de un servicio permanente de teletexto, se planteó de nuevo el problema de cuál debía ser el sistema definitivo a utilizar por el teletexto en nuestro país. Comenzaron entonces las negociaciones de RTVE

con la industria, representada por la Asociación Nacional de Industrias Electrónicas (ANIEL), con el objetivo de adoptar una norma definitiva que permitiera iniciar el servicio en las mejores condiciones desde los puntos de vista de la industria, el radiodifusor y el usuario.

El nivel 1 de UK Teletext de Gran Bretaña era el preferido por la industria por ser el más económico, pero tan sólo permite la utilización de 96 caracteres, por lo que no servía para su utilización regional. El sistema ANTIOPE parecía el más adecuado para la difusión del teletexto en España, sin embargo su mayor coste supuso que la industria electrónica presionara y se decidiera por el sistema británico de nivel 1 1/2 que permitía la utilización de 128 caracteres y cuyo coste de producción era considerablemente más barato. Finalmente, y a pesar de no estar demasiado desarrollado comercialmente, se adoptó el sistema británico UK Teletext de nivel 1 1/2, que permite escribir en las cuatro lenguas oficiales españolas (castellano, catalán, gallego y euskera), junto con el francés, el inglés y el portugués.

Este sistema de nivel 1 1/2 adoptado por el teletexto español es un derivado del UK teletext nivel 1 que incluye una serie de mejoras que lo sitúan con unas prestaciones semejantes al nivel 2.

El teletexto español también incorporó la innovación técnica FLOF (Full Level One Features), que es un código de cuatro colores que permite el acceso rápido a las principales páginas del servicio.

Los televisores que incorporan este sistema deben incorporar en el mando a distancia cuatro teclas de colores (rojo, verde, azul y amarillo), que se corresponden con los cuatro campos de colores que aparecen en la pantalla del teletexto. Este sistema funciona de forma automática, de manera que

cuando se pulsa una de las cuatro teclas en el mando a distancia aparece la información que se ha incluido en ese código de color mucho más rápidamente que en la búsqueda normal.

Una vez decidido el sistema de teletexto y tras algunos meses de pruebas, en 1987 el servicio de teletexto quedó adscrito los Servicios Informativos de TVE, lo que iba a suponer el fin de la etapa de experimentación para dar paso a la etapa operativa del servicio.

Durante 1987 las emisiones de teletexto se emiten únicamente en unas determinadas franjas horarias y contienen tan sólo unas decenas de páginas (menos de cien). En cuanto a sus contenidos también son bastante difusos, proporcionan información sobre la programación de TVE y algunos reportajes o monografías (elecciones, fiestas populares, Barcelona 92, etc).

A principios de 1988 es cuando el servicio de teletexto concluye definitivamente su periodo de pruebas y comienza sus emisiones regulares, con un mayor tiempo de emisión, mayor número de páginas y por primera vez noticias de actualidad.

El segundo servicio de teletexto que apareció en España, fue el de la televisión catalana TV3 denominado Teleservei y que comenzó sus emisiones en 1990. Posteriormente aparecieron los servicios de teletexto de Telemadrid (Efetexto) en 1991, y los de Telecinco y Antena 3 en 1995.

4.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL TELETEXTO

El teletexto como cualquier medio o sistema de transmisión de información puede ser definido por sus características mediáticas, es decir por las particularidades que tiene todo medio a nivel de:

- Infraestructura tecnológica y creación del servicio.
- Transmisión y difusión de los contenidos del servicio.
- Recepción de la información difundida por el servicio.

4.2.1. Infraestructura y creación del servicio.

Cuando una empresa o institución comunicativa decide organizar o crear un servicio de teletexto, deberá en primer lugar decidir o elegir el sistema o nivel de representación del medio. Pero dicha elección no puede tomarse de forma unilateral o independiente, ya que aunque se pudiera llevar a cabo teniendo en cuenta los aspectos socio-comunicativos, de uso, económicos, etc. del medio, no hay que olvidarse que los niveles de los sistemas de teletexto dependen directamente de la infraestructura técnica y del tipo de decodificador. A mayor nivel, mayor deberá ser la complejidad técnica del decodificador, lo que supone un mayor coste. El aumento de costes de los decodificadores siempre ha supuesto un obstáculo para la industria televisiva, ya que supondría un aumento en los precios de los televisores. La decisión de adoptar un determinado sistema de teletexto en la mayor parte de los países, generalmente ha venido precedida de una decisión

consensuada entre las instituciones políticas, las empresas televisivas encargadas de la difusión del servicio, y las empresas fabricantes de aparatos de televisión.

Los diferentes sistemas de teletexto implantados por las diferentes cadenas de televisión, encargadas de su emisión y difusión, se clasifican en función de la capacidad de representación alfanúmerica y gráfica.

Así, se distinguen los siguientes niveles o tipos de servicios de teletexto:

NIVEL 1. Permite la edición y transmisión de textos con un número limitado de caracteres alfanuméricos y de gráficos esquematizados, contruídos por medio de bloques (mosaico). El UK Teletext utilizado por la BBC y la IBA es un sistema de este nivel, con 96 símbolos de escritura y 64 títulos gráficos.

NIVEL 2. Incluye un repertorio de caracteres más amplio, de forma que cubre las necesidades de cualquier alfabeto y sus posibilidades gráficas, si bien del tipo mosaico, incluyen mayor gama de colores. Ejemplos de este nivel son el Didon-Antiope (con un repertorio de 256 caracteres y 64 símbolos gráficos y el UK Teletext ampliado).

NIVEL 3. Es un sistema de nivel 2 con la posibilidad de definir caracteres arbitrarios en la fuente de datos que el decodificador recibe y utiliza en el receptor como elementos gráficos, tal y como han sido definidos.

NIVEL 4. Es un sistema alfageométrico; es decir, los gráficos son creados mediante el empleo de elementos geométricos tales como puntos,

líneas y planos. Su repertorio de caracteres alfanúmericos es similar al del nivel 2. Un ejemplo de este nivel es el Telidon canadiense.

NIVEL 5. Es un sistema alfafotográfico, en el que la imagen se representa mediante la transmisión y visualización de elementos de imagen individuales, dando la misma definición para imágenes fijas que la señal de televisión. Se ha experimentado en Japón en difusión con el satélite BSE-1.

El desarrollo generalizado de los servicios de teletexto en el mundo ha adoptado, por razones económico-funcionales, casi exclusivamente los niveles 1 y 2, o los adaptados a estos; quedando relegados a experiencias piloto y casi sin desarrollar los sistemas de nivel 3, 4 o 5.

Una vez decidida la norma o sistema de teletexto a implantar se necesitará de un centro de producción o de creación del servicio, el punto donde llegan las informaciones que van a servir de contenidos del teletexto. Es aquí donde son seleccionadas, adaptadas a las características del medio y digitalizadas para su difusión.

La infraestructura técnica que permite llevar a cabo estos procesos debe constar al menos de dos ordenadores centrales, uno que se utiliza para la configuración de la página (edición) y otro de transmisión; además de otros pequeños ordenadores de edición o de composición conectados a los terminales centrales.

El ordenador central de edición puede estar conectado con otros terminales distantes, lo que puede facilitar el intercambio directo de información (por ejemplo con terminales en estaciones de trenes o en aeropuertos, donde se puede actualizar la información inmediatamente).

También es posible interconectar redacciones situadas en diferentes países que utilicen el mismo sistema de teletexto, facilitando el intercambio de páginas informativas.

Este terminal de edición dispone de una unidad de memoria central que almacena toda la información (en páginas) que recibe de los ordenadores de composición individuales de cada uno de los redactores. Esta información se ordena en la memoria de acuerdo a los criterios de compaginación decididos previamente para la oferta del servicio.

Una vez compuestas las páginas y guardadas en la memoria central, son enviadas al ordenador de transmisión que las envía al centro de emisión de televisión correspondiente, desde donde son insertadas en la señal televisiva.

Los terminales que utilizan los redactores de teletexto sirven, además de para componer la información en páginas, para la realización del subtítulo de programas de televisión, que también se almacenan en la memoria central hasta su emisión.

4.2.2. Transmisión y difusión del teletexto.

La oferta del teletexto consiste en una secuencia de páginas numeradas que son enviadas cíclicamente junto con la señal de televisión.

La transmisión normal de televisión no utiliza todas las líneas visuales que le son asignadas (525 en Estados Unidos, 625 en la mayor parte de Europa y Japón), sino que deja libres algunas de ellas, generalmente 25, como “intervalo de campo vacío o vertical”. La difusión de la información

del teletexto a través de la señal televisiva se lleva a cabo en estas líneas vacías o en blanco, valiéndose generalmente de cuatro líneas (las líneas 17 y 18 para la primera mitad de la imagen, y las líneas 330 y 331 para la segunda mitad) que son transmitidas junto con la imagen televisiva; y que pueden ser accesibles si el receptor de TV posee un decodificador especial y un mando a distancia que le permita elegir las páginas en las que se encuentran los contenidos que desee consultar.

El modelo británico de teletexto UK Teletext (qué es el que se utiliza en España) divide cada página en 25 líneas de caracteres (letras, números y espacios), pero sólo se pueden utilizar 23 para la escritura, con un máximo de 40 caracteres por línea. Esto da un total de 920 posiciones del cursor, o lo que es lo mismo 920 caracteres.

La excepción a estos datos es la línea primera que constituye siempre la cabecera de la página, la cual tiene un máximo de 32 caracteres. Donde se indica el número de la página, la fecha, y la hora exacta al segundo. Contiene además instrucciones para el decodificador, de manera que facilite la página buscada.

Los caracteres alfanuméricos pueden ser de alzada normal o doble, fijos o intermitentes; con letras mayúsculas o minúsculas.

Cada página puede confeccionarse con una gama de colores no superior a ocho; que son, negro, rojo, verde, amarillo, azul marino, magenta, azul celeste y blanco. Se puede utilizar el color indistintamente para los caracteres o para colorear parcial o totalmente el fondo de la pantalla.

Con todo esto, existe una tipología de páginas en las que el teletexto organiza sus contenidos:

- Páginas normales. Son las que pueden ser leídas por el usuario de forma directa, haciendo uso del mando a distancia. El usuario solicita la página que desea visualizar y la información le aparece en la pantalla.

- Páginas Índice. Generalmente se utilizan las páginas acabadas en 00 (100, 200, 300, etc). En ellas aparecen los contenidos de una determinada sección y el número de página donde se pueden consultar.

- Páginas Rodantes. Sirven para aquellas informaciones que necesitan más de una página para la exposición de sus contenidos (por ejemplo la programación televisiva) y que conviene presentarlas como un bloque homogéneo. Son páginas que tienen varias subpáginas. El usuario no puede controlar dichas subpáginas; su aparición en la pantalla es automática desde el momento en que se ha seleccionado el número de la página rodante.

- Páginas de aparición temporal prefijada. El teletexto ofrece la posibilidad de memorizar algunas páginas junto a una señal temporal, de manera que en un momento determinado la página memorizada aparece en pantalla. Son de utilidad para visualizar más rápidamente las páginas preferidas.

La BBC británica propuso, ya en la década de los ochenta, para su teletexto unas normas básicas de estilo o forma a las que debían ajustarse sus páginas:

- Sencillez. Evitar la confusión.

- Espacio. Cuanto menos densa sea una página, será más atractiva y fácil de leer.
- Caracteres. Los contenidos se elaborarán con letras minúsculas, que son más fáciles de leer que las mayúsculas.
- Colores. Blanco, amarillo, azul o verde, serán los colores para los textos. El rojo, magenta y azul claro no destacan lo suficiente, aunque pueden servir para colorear los fondos.
- No utilizar demasiados colores en una misma página.
- Buscar el equilibrio entre texto y grafismos.

La capacidad informativa del teletexto depende de la composición de todos estos factores, pero también de otros como el número de páginas que ofrece cada servicio, del número de líneas utilizadas en la transmisión y del tiempo de espera máximo establecido en su recepción.

4.2.3. Recepción del servicio de teletexto.

Para hacer posible la recepción del servicio de teletexto en un televisor convencional, éste debe disponer de un dispositivo decodificador que puede estar instalado en el interior del aparato o en el exterior del mismo; y que sirve de intermediario entre la antena y el televisor, posibilitando la visión de los contenidos que se ofrecen a través del teletexto.

La función principal de este dispositivo es transformar la información digital (bits de información) enviada desde el centro emisor, y

reconstruirla en el receptor de televisión en forma de letras, signos, números y gráficos. En primer lugar, el decodificador separa la señal de televisión y la secuencia de datos del teletexto. Una vez hecho esto, el decodificador reproduce las páginas almacenadas con la ayuda de un generador de caracteres.

También posee otras funciones, como son la visualización de la información del teletexto al mismo tiempo que la imagen convencional de televisión. Además permite la ampliación de la información a doble altura, la retención rápida de los índices, o de la página precedente y posterior a la seleccionada, etc.

El usuario que disponga de un televisor con decodificador de teletexto y desee consultar dicho servicio, deberá en primer lugar seleccionar la cadena que emita simultáneamente la emisión de televisión con el servicio de teletexto. A continuación deberá seleccionar o pulsar en el mando a distancia la tecla del teletexto; automáticamente aparecerá en pantalla el Índice General del servicio, que informa de los contenidos principales y su número de página.

A partir de este momento el telespectador deberá llevar a cabo una labor de selección de aquellas páginas que desea consultar entre las múltiples que se le ofrecen, para ello tendrá que marcar el número de la página elegida con el mando a distancia. Pasados unos segundos, que dependerán del número de líneas de la señal de televisión utilizadas y del número de páginas que contenga el servicio de teletexto, aparecerá en su pantalla la información solicitada.

Existe un sistema que permite al usuario el acceso de una forma más rápida a los índices y subíndices desde el mando a distancia, es el sistema denominado FLOF (Full Level One Features), un código de cuatro colores que permite el acceso rápido a las principales páginas del servicio. Todos los servicios españoles de teletexto incluyen este código de colores como forma avanzada de seleccionar la información.

Cuando el telespectador decide pulsar en su mando a distancia la tecla de teletexto se produce un cambio sustancial en el papel de la recepción. Los programas convencionales de televisión tan sólo permiten al receptor cambiar de canal, pero no le confieren la capacidad de modificar el tiempo de emisión o el orden de programas. Con la aparición del teletexto el telespectador deja de ser un sujeto pasivo y pasa a poder tomar determinadas decisiones a la hora de recibir la información: puede seleccionar la oferta del servicio en función de sus intereses, elegir el orden de lectura, detenerse en la consulta de una página el tiempo que desee, regresar a una página ya consultada, etc.

Negrine y Goodfriend proponen para este nuevo rol del receptor el término usuario, “la creciente diversidad de sistemas de distribución de entretenimiento y las mejoras en los canales de telecomunicaciones hacen que la televisión no siga siendo el medio pasivo que requiere muy poca participación activa del telespectador, sino que se convierte en un medio más activo que responde a las demandas del usuario (telespectador).”²

² NEGRINE, R. y GOODFRIEND, A. *Public perceptions of the new media: a survey of British attitudes*. Revista Media, Culture and Society, vol. 10, 1988, pág. 303-320.

F. Williams, A. F. Philips y P. Lum,³ proponen el término “participante” para designar estas nuevas funciones receptoras; y otros autores que han estudiado estos fenómenos comunicativos han sugerido la calificación de “participantes” para los receptores del teletexto.

A menudo estas innovaciones o especificidades tecnológicas y comunicativas que lleva consigo el teletexto han llevado a definirlo erróneamente como un medio interactivo.

Conviene definir el término interactividad, para que no se produzcan determinadas ambigüedades muy habituales cuando se habla de los nuevos medios y de las nuevas tecnologías de la comunicación.

En primer lugar hay que distinguir:

Interactividad Tecnológica o “Pseudointeractividad”. Se trata de las relaciones de uno o más sujetos con una máquina, pero sin posibilidad de respuesta por parte del receptor. El teletexto podemos decir que es un medio “pseudointeractivo”, pero no interactivo, ya que el usuario puede elegir entre los contenidos que se le ofrecen pero sin capacidad de modificarlos, ni de convertirse el mismo en emisor.

Interactividad Comunicativa. Es la que permite la pluridireccionalidad de las informaciones. Los medios interactivos permiten que cualquier receptor pueda ser un emisor potencial.

³ “Los usuarios toman parte en el proceso comunicativo no de una forma pasiva (es decir, conectándose a un programa que está en emisión), sino también de una manera activa, tomando decisiones selectivas respecto de la información a recibir”. WILLIAMS, F., PHILIPS, A. F. y LUM, P. *Gratifications associated with new communication technologies*, citado en ROSENGREN, K. E., WENNER, L. A. y PALMGREEN, P. *Media gratifications research current perspectives*. Londres, SAGE, 1985, pág. 241-254.

Enzensberger propone una serie de características diferenciadoras y antagónicas entre los medios de comunicación unidireccionales y los medios bidireccionales (interactivos), que se sintetizan en el cuadro que aparece a continuación.

MEDIOS DE DIRECCION UNICA	MEDIOS INTERACTIVOS
Relaciones Represivas	Relaciones Emancipadoras
<ul style="list-style-type: none"> *Programas sometidos a un control central *Una sola emisora y muchos receptores *Inmovilizan y aíslan a la gente masificándola. *Despolitizan a la gente. *La producción es obra de especialistas. *Los medios de comunicación están en manos de los propietarios y los burócratas. 	<ul style="list-style-type: none"> *Control de programa descentralizado. *Cada receptor es un emisor en potencia. *Se utilizan para movilizar a la gente. *Promocionan la participación activa en el proceso político. *Hay producción colectiva. *Los medios de comunicación están en manos del público.

Enzensberger, H. *The consciousness industry*, Nueva York, Seabury, 1974, pág. 113.

El teletexto pertenece al tipo de medios unidireccionales; aunque algunos autores hablen del uso interactivo del medio, dicha interactividad no es real, tan sólo se trata de una interactividad tecnológica. El receptor sólo tiene la capacidad de seleccionar entre los contenidos que se le ofrecen desde el centro emisor. La información sólo circula en una dirección, desde emisor a receptor, y éste no puede solicitar otro tipo de información que no aparezca entre los contenidos emitidos por el medio.

4.3. EL TELETExTO EN RELACIÓN CON OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.

La irrupción del teletexto dentro del panorama comunicativo generó una cierta incertidumbre entre los medios de comunicación existentes. El teletexto comparte algunas de sus características técnicas y comunicativas con dichos medios, por lo que diversos autores y profesionales de la comunicación han confundido, relacionado, e incluso concebido como una prolongación de alguno de los medios pertenecientes a los siguientes grupos:

- Los sistemas de transmisión de datos recibidos individualmente previa demanda mediante una pantalla (videotextos).
- Los medios de comunicación de masas (especialmente con la prensa y la televisión).

El teletexto en su etapa de desarrollo inicial originó un intenso debate que suscitó algunos interrogantes sobre su ubicación como nuevo sistema de comunicación⁴. El teletexto al igual que la prensa estructura sus contenidos en páginas y clasifica o tematiza sus informaciones en secciones, por lo que se cuestionó si, ¿se trataba de un nuevo medio de comunicación o de una ampliación electrónica del periódico impreso?. Debido también a sus similitudes técnicas con la televisión, (utiliza la señal televisiva y el mismo aparato para su recepción), algunos autores lo consideraron y en algunos

⁴ “El teletexto es un servicio que tiene en común con la prensa que también utiliza la escritura como vía de comunicación. De la radio toma la inmediatez en transmisión hertziana y de la televisión se aprovecha de su parte de transmisión y recepción.” ALONSO, M. y otros. *El teletexto*. Madrid, RTVE, 1988, pág. 56.

casos siguen considerándolo no como un nuevo medio, sino como un “poderoso auxiliar del medio televisivo”⁵.

4.3.1. Teletexto y Videotexto.

Existe una cierta ambigüedad en cuanto a la terminología que sirve para definir a los medios de transmisión electrónicos de mensajes y que son visualizados en un receptor.

Autores como D. Ratzke utilizan el nombre genérico “Teletext” para definir a aquellas formas de transmisión de textos realizados electrónicamente y visualizados en pantalla, que pueden ser distribuidos, solicitados y transferidos en un sistema dialogante, interactivo. Otros autores en cambio, como Young y Gray⁶, han adoptado el término “videotex” o el plural “videotextos” como términos genéricos de estos sistemas de transmisión de mensajes.

Tanto el teletexto como el videotexto hacen referencia a un conjunto de sistemas que tienen en común la transmisión de textos por vía electrónica en una pantalla. Aunque conviene hacer algunas aclaraciones terminológicas y conceptuales que nos ayuden a entender cada uno de estos medios:

⁵ “Algunos autores definen al teletexto como un “nuevo medio”, comparado con la prensa, la radio y la televisión. Parece más exacto afirmar que no se trata de un “medio”, sino de un poderoso auxiliar del medio televisión.” LOPEZ DE ZUAZO, S. *Teletexto: diario electrónico gratuito*. En: Revista Periodistas, nº 31, Madrid, marzo 1990.

⁶ YOUNG, I. y GRAY, I. *Applications et incidences culturelles des services vidéotex au Royaume Uni*. Strasbourg, Conseil de la Coopération Culturelle-Affaires Culturelles. Conseil de l’Europe, 1981.

Teletexto. Sistema de difusión unidireccional de informaciones alfanuméricas y gráficas simultáneamente a las emisiones de televisión.

Videotexto. Sistema de comunicación bidireccional de textos y gráficos mediante el hilo telefónico visualizado en una pantalla.

Los conceptos de teletexto y videotexto son muy amplios y heterogéneos, y aunque puedan parecer o considerarse medios similares, sus diferencias son considerables:

1. El primer elemento diferenciador entre teletexto y videotexto se da en la forma de transmisión: mientras que el teletexto utiliza para su transmisión la señal televisiva, utilizando las líneas no empleadas para los programas de televisión convencional (como ya hemos mencionado anteriormente). El videotexto utiliza la línea telefónica para la transmisión de sus contenidos (textos y gráficos).

2. La segunda diferencia viene dada por la modalidad de comunicación que utiliza cada uno de los medios. Es decir, en cuanto a las relaciones que se establecen entre la fuente de información y los usuarios.

En el caso del teletexto la comunicación es unidireccional, lo que significa que la información fluye en un solo sentido, desde el emisor al usuario. Se trata de un medio de los denominados vulgarmente “medios regadera”, en el cual los contenidos son accesibles simultáneamente a todos los telespectadores. El usuario puede seleccionar entre las páginas que el emisor pone a su disposición las que considera más oportunas para sus intereses, pero no puede llevar a cabo una demanda concreta al emisor sobre

determinados contenidos que no se encuentren en la oferta básica del servicio.

El videotexto utiliza varias redes bidireccionales de transmisión de información. El usuario recibe los mensajes desde la unidad central de procesamiento en un ordenador personal o en un terminal multifuncional desde el que puede acceder a un gran número de informaciones (acceso a bancos de datos, consultas sobre la red telefónica, informaciones sobre actividades culturales, recreativas, telecompras, telerreservas, etc.). También dispone de la posibilidad de diálogo con otros individuos. El receptor puede demandar una información concreta por parte del emisor. El videotexto es por tanto un medio bidireccional o interactivo, lo que le confiere unas características comunicativas propias.

3. El tercer aspecto que diferencia a teletextos y videotextos es el de los contenidos que transmiten cada uno de los dos sistemas.

El teletexto distribuye, como hemos mencionado en el punto anterior, sus contenidos de forma unidireccional y los dirige a una audiencia heterogénea, de forma que pueden ser consultados por multitud de usuarios al mismo tiempo. Esto, supone que sus contenidos deben tratar sobre informaciones que puedan interesar a un público muy amplio: información de actualidad, meteorología, sorteos y loterías, resultados deportivos, etc.

El videotexto, por el contrario, no está concebido para ser consultado por un gran número de personas simultáneamente, ya que de darse el caso, las líneas telefónicas quedarían colapsadas. Las limitaciones producidas por la capacidad de la línea telefónica se ven compensadas por la capacidad de almacenamiento del sistema que posibilita la diversificación de

los servicios. El videotexto se caracteriza por la comunicación con bases de datos muy grandes de contenidos muy especializados.

4. Otra de las diferencias viene dada por la capacidad informativa de ambos medios.

En el teletexto el número de páginas (cantidad de información) es proporcional al tiempo de recepción de la información; cuantas más páginas contenga un sistema de teletexto, mayor será el tiempo de espera del receptor para recibir la información.

Esto no sucede en el videotexto, que puede contener un número ilimitado de páginas. Cuanto mayor sea la potencia y capacidad del ordenador central, mayor podrá ser el número de páginas de información que se pueda difundir. Sin que por ello aumente el tiempo de recepción de dicha información.

5. Una última diferencia entre el teletexto y el videotexto vendría dada por el coste del equipamiento y del servicio.

El teletexto es un medio muy barato, ya que tan sólo se necesita para tener acceso a sus informaciones de un televisor que lleve incorporado el decodificador de la señal de teletexto. Y el coste de la información es, en la mayor parte de los casos, totalmente gratuito. Cuando no lo es, se puede pagar por el contenido, pero no por la transmisión.

En el caso del videotexto, el sistema es mucho más costoso tanto para el usuario como para el centro emisor. El receptor necesita un terminal conectado a la línea telefónica y un módem, además en cada consulta ha de pagar al menos lo que cueste la tarifa telefónica. El centro emisor debe estar

dotado de un equipamiento informático completo y de una base de datos lo más completa posible. También deberá poder atender al mismo tiempo un número grande de demandas, por lo que necesitará de una infraestructura técnica que facilite dichas consultas.

Teletexto y Videotexto se presentan como dos sistemas complementarios con especificidad propia y no antagónicos. El teletexto encuentra sus ventajas en la difusión de informaciones escuetas, de uso cotidiano y que necesitan rapidez. El videotexto ofrece unas informaciones de actualidad más permanente, documental, menos variable.

4.3.2 El teletexto en relación con los medios audiovisuales.

Como hemos citado con anterioridad en esta tesis doctoral, el teletexto comparte con la televisión su infraestructura tecnológica, aunque tiene unas características propias (tecnológicas, comunicativas, etc.) que le convierten en un medio diferente.

Si bien es cierto que el teletexto tiene algunos puntos de contacto con el medio televisión, como lo es el uso de la señal televisiva para su transmisión, y por otra parte la complementariedad que puede compartir con ella en la labor de subtitulado de películas o programas, o en el avance de informaciones urgentes. No es menos cierto que en lo esencial teletexto y televisión son dos medios de comunicación de masas completamente distintos.

El teletexto comparte con la radio y la televisión la simultaneidad que les proporcionan sus sistemas de transmisión. En el teletexto se utiliza de

una manera sistemática esta característica en la difusión de noticias, donde la actualización de las informaciones es constante a lo largo del día y se produce en función de los acontecimientos que se suceden o cambian.

La radio y la televisión, en cambio, subordinan la difusión de la información a una estrategia global de programación en la que el entretenimiento tiene un mayor peso específico. Encasillan las noticias dentro de unos tramos horarios concretos, que sólo ante acontecimientos extraordinarios pueden romper la dinámica de programación prefijada.

El teletexto, aunque puede utilizar para su difusión imágenes (teletexto a pleno canal), en su desarrollo actual no utiliza como código expresivo la imagen (ni fijas ni en movimiento), sino que es un medio basado en la transmisión de información por medio de textos y gráficos simples.

Algunos autores como Lorenzo Vilches⁷, proponen el término “pantágina” para poner en relación los informativos en televisión con el periódico electrónico, y tratar de encontrar las semejanzas entre ambos medios en cuanto a la combinación de palabra escrita y de utilización de imágenes.

⁷ Autores como Lorenzo Vilches han propuesto el término “pantágina” que proviene del apocope de pantalla/página, y que este autor lo usa para designar una superficie (pantalla de cristal) ocupada por información textual e icónica....Si los telediarios nos tienen habituados a presentar el espectáculo de las noticias imitando con los efectos especiales el formato de la página o explicitando verbalmente el paso de una información a otra como una vuelta de página, tampoco nos debería parecer extraño que el telediario sea muy semejante, desde una óptica formal y estructural, a la codificación de la página escrita y aún a ciertas reglas de compaginación y maquetación.... Se podría decir que la página de un telediario es una unidad visual de lectura. VILCHES, L. *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1989, pág. 97.

Los aspectos comunicativos relacionados con la palabra escrita en el teletexto y la televisión encuentran una serie de similitudes que se reflejan en tres tipos de usos comunicativos comunes a ambos medios:

1) Lenguaje escrito articulado, compuesto por las letras del alfabeto y los diversos recursos de la puntuación.

2) Lenguaje matemático, utilización de los recursos numéricos y de signos matemáticos.

3) Lenguaje icónico, la representación escritural no textual, Pictogramas, logotipos, gráficos, esquemas, histogramas, etc.

Estos tres tipos de lenguaje utilizan algunos códigos de expresión de la imagen tales como el color, la luminosidad, resolución o emplazamiento respectivo en un marco semántico que proponen condiciones de percepción determinadas al espectador.

En cuanto al tratamiento de la información, la televisión ofrece múltiples posibilidades de combinaciones expresivas con las que elaborar sus productos comunicativos, como apuntan autores como Desinano de Ossanna: o Martínez Albertos⁸ entre otros muchos; en el caso del teletexto, las

⁸ -Noticias o comentarios exclusivamente verbales. El periodista en desde un estudio en un plano fijo o busto parlante lee la noticia.

-Noticias o comentarios de imágenes en secuencia, es decir que la palabra explica, por ejemplo, el tiempo y el lugar en el que se produjo el hecho.

-Noticia o comentario con la imagen fija, en este caso se realiza sobre una telefoto, una fotografía, un mapa o cualquier otro tipo de mensaje gráfico, que se mantiene en pantalla durante la emisión del mensaje verbal.

-Reportajes.

-Comentarios.

DESINANO de OSSANNA, N.B. *El discurso periodístico*. Buenos Aires, Editorial Plus Ultra, 1987, pág. 26-30.

limitaciones técnicas y comunicativas reducen el tratamiento de la información (noticias y reportajes) a una sola forma de hacer: la información es elaborada mediante lenguaje escrito y se limita cada unidad redaccional como máximo a una sola página del servicio de teletexto.

El medio teletexto también comparte con la radio su forma de transmisión, ya que ambos medios se difunden por medio de ondas hertzianas, pero en el desarrollo actual del teletexto poco más parece unir a estos dos medios de comunicación. La radio es un medio eminentemente sonoro, la palabra hablada y la música son la base de sus expresiones y su existencia. Mientras que el teletexto, generalmente, no utiliza sonido en la transmisión de sus mensajes, que son captados por los usuarios por medio de la vista.

Hay una característica que podría ser común a estos tres medios de comunicación de los que hemos dado cuenta en este epígrafe, y es su capacidad de casi simultaneidad con los acontecimientos que se producen. Esto les confiere una cierta ventaja informativa frente a otros medios, como por ejemplo los medios impresos, “el teletexto va a participar de algo de la radio: la forma de transmitirse. Por ondas. Es la forma de transmisión la que permite la inmediatez, tan consustancial al medio radio. Ahora la televisión, que esto de la inmediatez en la información lo tenía tan difícil, va a participar de la misma inmediatez que la radio y aún más, en la medida que el proceso informático de la producción hace innecesaria la lectura para la transmisión del mensaje.”⁹

⁹

ALONSO, M. y otros. El teletexto. Madrid, RTVE, 1988, pág. 82.

4.3.3. El teletexto y los medios impresos.

Algunos autores como Martín Aguado conciben el teletexto como una prolongación o adaptación digital del periódico impreso “El teleperiódico no es una “creación” audiovisual, sino un auténtico diario, con sus secciones _nacional, internacional, economía, sucesos_ y “hasta su sumario del día” en el que se indica en que páginas van las diversas informaciones.”¹⁰

De esta afirmación se desprenden las dos características comunes más destacadas (anteriormente citadas) entre el teletexto y los medios impresos, que son la forma de presentar los contenidos en páginas y la estructuración de la información en secciones por parte de ambos medios de comunicación.

Otro de los aspectos comunicativos que el teletexto comparte con los medios impresos, y concretamente con la prensa, viene dado por el uso del código expresivo del lenguaje escrito para la difusión de sus informaciones; si bien, en los periódicos y revistas el uso de la escritura se lleva a cabo sobre el soporte papel, mientras que en el teletexto es de tipo electrónico sobre la pantalla de televisión.

¹⁰ MARTÍN AGUADO, J. A. El periódico y sus fundamentos tecnológicos. Madrid, Editorial Latina, 1981, pág. 168.

A pesar de estas similitudes formales y expresivas, entre los medios impresos y el teletexto son mayores las diferencias que los puntos en común.

En primer lugar los medios impresos no pueden actualizar sus informaciones hasta la siguiente edición¹¹, cosa que no sucede en el teletexto donde se actualizan sus contenidos a lo largo de la emisión de un mismo día. La permanencia o sustitución de la información se produce en función de la emergencia/prioridad¹² del acontecer informativo.

La forma de seleccionar las informaciones que se desean consultar en el caso de la prensa se lleva a cabo de forma digital (pasando las hojas del periódico con la mano), mientras que en el teletexto se hace por medio de la selección en el mando a distancia.

La estructura lógica de un diario aparece presentada completamente ante los usuarios, mientras que en el teletexto dicha estructura es de forma arborescente e introduce un espacio de tiempo en su recepción. Esto impide poder tener una visión global del conjunto del servicio que se ofrece.

¹¹ "Algunos diarios vespertinos suelen tener distintas ediciones, en cada una de las cuales suele aparecer una actualización de noticias, sobre todo de último momento. Esta práctica ha ido limitándose, sobre todo a partir de factores económicos y de ciertos cambios de hábitos laborales." DESINANO de OSSANNA, N.B.El discurso periodístico. Buenos Aires, Editorial Plus Ultra, 1987, pag. 40.

¹² "El periodista y más todavía el situado en un puesto de responsabilidad, tiene que sondear y medir la actualidad, no ya a diario, sino tantas veces al día como ediciones del producto lance cada veinticuatro horas. Sopesar la exacta importancia informativa de cada uno de los acontecimientos que la integran o que afloran a ella y en función de estos criterios de valor practicar la obligada selección de lo que va a transmitir a los destinatarios del medio correspondiente y determinar la extensión o el tamaño de las noticias y el relieve que quepa darles, en función de su trascendencia." PEREZ CALDERON, M. La noticia electrónica.Madrid, Editora Nacional, 1984, pág. 95.

También en cuanto a la cantidad de información que contienen son muy diferentes. Los medios impresos tienen un número limitado de páginas, ya que de lo contrario no serían manejables y no servirían a su finalidad informativa. El teletexto por el contrario contiene muchas más páginas de información (suelen tener como media unas 800 páginas de información, aunque no suelen utilizarlas todas).

En el teletexto cada información se suele limitar a una sola página del medio, lo que supone una seria constricción de los contenidos de los que da cuenta. Esto no sucede en los medios impresos, donde el espacio dedicado a cada información es mayor y depende de la importancia que el medio conceda a los acontecimientos.

Así pues, los medios impresos tratan los contenidos más en profundidad que lo hace el teletexto, que sirve más de utilidad para informaciones urgentes debido a su carácter casi simultáneo con los acontecimientos que suceden en el entorno.

En el siguiente cuadro aparecido en el New York Times en 1974 se evaluaban las posibilidades comunicativas entre los distintos medios de comunicación, incluido el teletexto.

	Periódico	Radio	Televisión	Teléfono	Teletexto
Valoración del entretenimiento	ADECUADA	BUENA	BUENA	POBRE	POBRE
Información Detallada	BUENA	ADECUADA	ADECUADA	POBRE	ADECUADA
Permanencia de la información	BUENA	DEBIL	DEBIL	DEBIL	ADECUADA
Velocidad Informativa	POBRE	BUENA	ADECUADA	ADECUADA	BUENA
Eficacia de la información (tiempo de acceso)	BUENA	ADECUADA	DEBIL	BUENA	BUENA

“Teletext, data transmisión by television” Timothy Johnson, publicado en el Financial Times, New York, 1974.

4.4. EL TELETEXTO, UN MEDIO CON CARACTERÍSTICAS PROPIAS: ORGANIZATIVAS, TECNOLÓGICAS, EXPRESIVAS Y DE USO.

Para algunos autores, a los que nos adherimos desde este modesto trabajo, “el teletexto, en definitiva, supone la irrupción de un cuarto medio _prensa, radio, TV, TXT_ que enriquece la oferta informativa, formativa, de ocio y publicitaria....Una sociedad democráticamente avanzada encontrará en la dimensión informativa del teletexto el titular o el “flash” de última hora y se orientará hacia otros medios para encontrar la contextualización.”¹³

Con independencia del debate generado en torno a la definición del teletexto con respecto a las diferencias y similitudes con el resto de sistemas

¹³

ALONSO, M. y otros. *El teletexto*. Madrid, RTVE, 1988, pág. 54-55.

de comunicación de masas¹⁴, el teletexto se ha consolidado como un medio de comunicación con autonomía propia, y que es definido por una serie de características que le confieren una idiosincrasia particular, diferenciada y complementaria¹⁵ al resto de medios.

1. Características organizacionales del teletexto.

Todos los servicios de teletexto en cuanto a su organización productiva actual tienen una característica común, y es que dependen o están integrados en las empresas o instituciones televisivas que son quienes los difunden como un complemento de sus emisiones convencionales, confiriendo a este servicio una importancia menor, supeditada a la programación televisiva.

¹⁴ En sus inicios se produjo un intenso debate por definir el teletexto de acuerdo a los intereses comunicativos y de control del nuevo medio, entre las empresas editoras de prensa y las audiovisuales, que no ayudó a que el teletexto despegara definitivamente, "las asociaciones de editores de periódicos han desatado una intensa polémica en torno a su posesión y control. Es la postura de los empresarios de periódicos que encuentran en el teletexto un peligroso competidor del que tratan de adueñarse. Argumentan que es un extensión de los periódicos y que, consecuentemente, les pertenece....Sin embargo, el teletexto surgió de las investigaciones tecnológicas de los ingenieros de las empresas televisivas y se ha desarrollado como un variante de los procesos y modelos de difusión de televisión....De hecho en todos los países donde se ha implantado, o está en fase de experimentación, el teletexto está en manos de las empresas de televisión. El teletexto está más próximo a la televisión que al periódico." CEBRIAN HERREROS, M. El teletexto en el sistema comunicativo español. Revista Telos, nº1, Madrid. Enero de 1985.

¹⁵ "Los medios informativos se complementan unos a otros de varias maneras: 1) Hasta cierto punto, transmiten la misma información a diferentes personas. 2) Exponen aspectos diferentes de la misma información a diferentes personas. 3) También presentan aspectos diferentes de la misma información a la misma gente. 4) Finalmente, despiertan y refuerzan unos intereses que los demás medios ayudan a satisfacer. (La televisión ha estimulado el interés por los deportes, lo que hace que aumente la lectura de las secciones deportivas de los periódicos).... El tiempo y el espacio constituyen la esencia de la noticia, y es esto precisamente lo que diferencia _para emplear el lenguaje periodístico_ una noticia de un reportaje imaginario o literario." BOGART, L. *La prensa y su público. Quién lee, qué, cuándo, dónde y por qué en los periódicos norteamericanos*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, 1985, pág. 263.

Al contrario que el resto de los medios (prensa, radio, televisión, videotexto, etc.), que son gestionados por instituciones dedicadas en exclusiva a los fines propios de cada medio, el teletexto se presenta como una sección o departamento de las cadenas de televisión, generalmente asociado a los servicios informativos.

Este modelo actual de organización productiva no confiere a los servicios de teletexto una independencia con respecto a la selección, tratamiento y difusión de informaciones, sino que generalmente supedita sus contenidos a los intereses de la cadena de la que depende.

Nada impediría en el futuro que se organizaran empresas o instituciones encargadas de emitir exclusivamente servicios de teletexto, ya que pueden ofrecer una información autónoma e independiente utilizando la señal televisiva. Dichos servicios no tendrían por qué limitarse al uso tecnológico que se hace actualmente del medio, sino que podrían utilizar un mayor número de líneas de transmisión (en lugar de las dos o cuatro que utilizan ahora). Podrían incluso destinarse canales completos de televisión (625 líneas) para emitir servicios de teletexto de niveles 3, 4 y 5, lo que facilitaría incluir una mayor cantidad de información, al mismo tiempo que mejoraría las capacidades expresivas y comunicativas (uso de imágenes, reducción del tiempo de espera, etc). La transmisión de servicios de teletexto mediante Internet ofrece un nuevo escenario en el que pueden ponerse en práctica este tipo de nuevas experiencias teletextuales que supondrían un salto cualitativo en el desarrollo del medio.

2. Características comunicativas relacionadas con la tecnología del teletexto.

Las posibilidades tecnológicas de cualquier medio de comunicación determinan en gran medida el uso social y comunicativo que se haga de dicho medio.

La tecnología del teletexto, al igual que la mayor parte de los medios de comunicación de masas, tan sólo permite el flujo de información en una sola dirección, de emisor a receptor. El videotexto es un sistema, como hemos citado, que sí posee tecnológicamente la posibilidad de interactuar con el servicio (demandando y emitiendo cualquier tipo de información), al mismo tiempo que permite el intercambio de informaciones entre distintos usuarios. De manera que cualquier receptor puede convertirse en emisor.

El videotexto debe considerarse como un sistema de comunicación perteneciente a la comunicación individual, más que a la comunicación de masas, a la que pertenece el teletexto.

<i>Tecnología Comunicativa</i>	<i>Prensa</i>	<i>Radio</i>	<i>Televisión</i>	<i>Videotexto</i>	<i>Teletexto</i>
Unidireccional	Si	Si	Si	No	Si
Bidireccional	No	No	No	Si	No

Las características tecnológicas de los medios de comunicación de masas (prensa, radio, televisión y teletexto), no facilitan la interactividad

comunicativa, aunque todos ellos permiten determinados usos restringidos de los medios que les confieren una cierta bidireccionalidad de los mensajes:

- La radio y la televisión mediante las llamadas en directo, que permiten que los receptores puedan convertirse en emisores.
- La prensa y el teletexto utilizan las denominadas cartas al director como uso interactivo del medio.

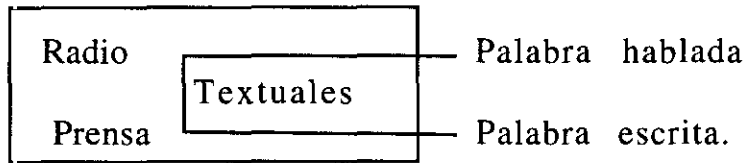
En ambos casos suele producirse una selección previa de los mensajes (intervenciones telefónicas y cartas al director) por parte de los medios, con lo que la posibilidad de la audiencia de convertirse en emisor queda muy restringida.

3. Características expresivas del teletexto.

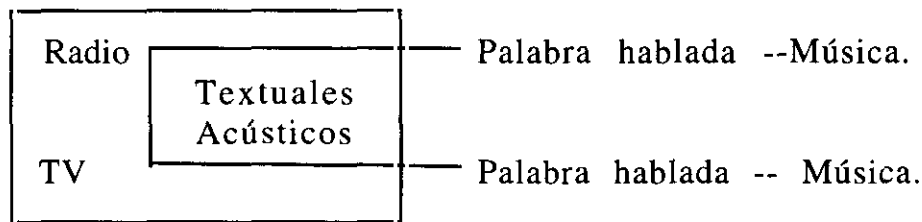
Todo medio de comunicación necesita de unos recursos expresivos que le permitan cumplir su función comunicativa. El lenguaje de un determinado medio caracteriza su producción comunicativa, pero la elección de los recursos expresivos más eficaces dependerá en gran medida de las características tecnológicas del medio, “todo soporte, todo proceso técnico y, en suma, todo medio condiciona el sistema expresivo y los recursos, y mediante la codificación, se integra en el contenido.”¹⁶

¹⁶ CEBRIAN HERREROS, M. *El teletexto en el sistema comunicativo español*. Revista Telos, nº1, Madrid. Enero de 1985, pág. 67.

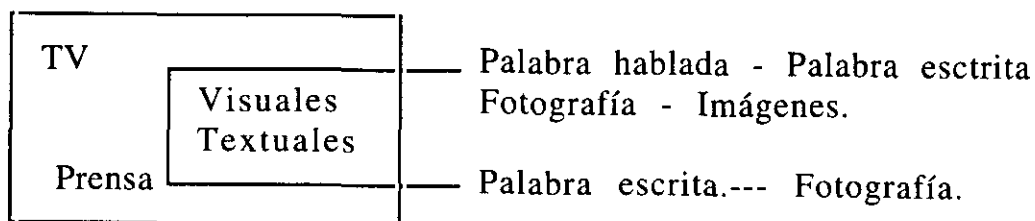
La aparición de un nuevo medio de comunicación lleva consigo el uso de un determinado lenguaje que se adapte a sus capacidades tecnológicas y sirva mejor a la comunicación. Generalmente, no se trata tanto de la creación de un código expresivo nuevo, como de la combinación adecuada de los códigos existentes. De hecho, muchos de los medios de comunicación de masas comparten sus recursos expresivos, aunque adaptados a sus especiales características.



La radio y la prensa utilizan códigos expresivos textuales, en el caso de la radio la palabra hablada, y la prensa utiliza la palabra escrita.



La radio y la televisión también comparten códigos textuales (la palabra hablada), y acústicos.



La televisión y la prensa utilizan códigos expresivos textuales: la televisión usa fundamentalmente la palabra hablada, pero también recurre a la escritura para subtítulos, nominación de personajes, etc; la prensa emplea la palabra escrita. Y también comparten códigos visuales o icónicos: la TV utiliza tanto la fotografía, como las imágenes en movimiento; la prensa emplea códigos visuales mediante el uso de la fotografía.

El uso de los códigos expresivos con los que el emisor de teletexto confecciona los relatos conlleva unas constricciones estructurales del medio que condicionan sus capacidades expresivas y de transferencia de información. La tecnología impone limitaciones a la referencia sobre lo que acontece en el entorno.

Las expresiones que canalizan la información en el medio teletexto comparten códigos expresivos con otros medios, pero están constreñidas tecnológicamente por las propias características del medio¹⁷. La información se presenta en páginas, cada una de ellas consta de 24 líneas en las que como máximo se pueden utilizar 40 caracteres. El profesional debe valorar que el

¹⁷ “El teletexto emplea una codificación alfanumérica y gráfica con visualización en una pantalla electrónica en los televisores domésticos. Esta es la diferencia radical, desde el punto de vista del lenguaje, que mantiene en relación con la escritura gráfica impresa en soportes fijos de papel. Hay diferencias sustanciales en la percepción y en la diagramación al estar sometida en el teletexto invariablemente a la relación de aspecto de todas las pantallas de los televisores, mientras que el periódico puede adoptar diversidad de formatos.” CEBRIAN HERREROS, M. *El teletexto en el sistema comunicativo español*. Revista Telos, nº1, Madrid. Enero de 1985, pág. 67.

tratamiento de la información resulte visualmente atractivo sin obviar en ningún caso la finalidad principal que es la informativa.

Estas constricciones de espacio que impone el medio teletexto al tratamiento de la información obligan a los redactores a abreviar o resumir los acontecimientos en ocasiones hasta la expresión mínima, sin pérdida de información ni de sentido. Esta condensación de la información debe ser, como explica Vilches¹⁸, la primera regla en el tratamiento periodístico de la información. Ahora bien, toda reducción aumenta el grado de dificultad de comprensión, ya que se tiende a eliminar toda redundancia. Y no hay que olvidar que la redundancia permite el matiz, y el recorrido serial de una idea parece reforzarse al pasar por cada punto de repetición.

Por tanto el redactor del teletexto deberá condensar lo más posible la información sobre un hecho, distribuyendo sabiamente la redundancia para facilitar la comprensión de la noticia.

Las expresiones con las que el teletexto conforma sus contenidos informativos, en su origen provienen de códigos utilizados por los medios ya existentes, tanto por los medios impresos como por los audiovisuales.

Lo que confiere al teletexto unas características propias es el uso específico (constricciones estructurales y mediáticas) y la combinación de los diferentes sistemas expresivos. De la combinación de los códigos expresivos y de su integración en un medio nuevo, aparecerán nuevos tipos de productos comunicativos distintos a los ya existentes, y que ofrecen un campo nuevo

¹⁸ VILCHES, L. *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1989, pág. 101

para análisis desde las perspectivas periodísticas, comunicativas, semióticas, sociológicas, etc.

El teletexto utiliza formas expresivas comunes con los medios de comunicación clásicos:

Por un lado comparte con la prensa el código textual de la palabra escrita, con la particularidad de que en el teletexto no aparece impresa sobre el papel, sino que se trata de escritura alfanúmerica electrónica que aparece sobre la pantalla del televisor.

Por otro lado comparte con la televisión su infraestructura tecnológica, lo que supone poder utilizar las características específicas del medio teletexto (gráficos, color, cuadros, símbolos, números, etc.), interrelacionadas con los componentes narrativos propios que usan los medios de comunicación audiovisuales y más concretamente la televisión (imágenes, sonidos, etc).

En el siguiente cuadro se muestra el conjunto y combinación de los códigos expresivos utilizados por los medios de comunicación que en mayor o menor medida comparten características con el teletexto:

<i>Códigos Expresivos</i>	<i>Prensa</i>	<i>Radio</i>	<i>Televisión</i>	<i>Videotexto</i>	<i>Teletexto</i>
Textuales escritos	Si	No	Si	Si	Si
Textuales hablados	No	Si	Si	No	No*
Acústivos (musicales)	No	Si	Si	No	No*
Ikónicos (Gráficos)	Si	No	Si	Si	Si
Ikónicos analógicos fijos	Si	No	Si	No	No*
Ikónicos analógicos en movimiento	No	No	Si	No	No*

* La difusión generalizada de los servicios de teletexto actualmente no permite el uso de determinadas características expresivas como son la utilización de códigos acústicos (música), icónicos analógicos fijos (fotografías) e icónicos analógicos en movimiento (imágenes). Aunque, las posibilidades tecnológicas del medio admiten un uso comunicativo distinto al actual. Por ejemplo, es posible tecnológicamente la emisión de música mediante servicios de teletexto (denominado radiotexto). También, los teletextos de nivel 4 y 5 (que tan sólo han sido aplicados de forma experimental) permiten la emisión de fotografías e imágenes en movimiento combinadas con las expresiones alfanuméricas y gráficas.

Los productos comunicativos resultantes del uso de estas formas expresivas deben ajustarse a un estilo propio del teletexto, que Mariano Cebrián¹⁹ sintetiza en tres principios básicos:

¹⁹ Mariano Cebrián Herreros desarrolla teóricamente las posibilidades de un interesante análisis sobre la semiótica del teletexto. CEBRIAN HERREROS, M. *El teletexto en el sistema comunicativo español*. Revista Telos, nº1, Madrid. Enero de 1985, pág. 67-80

1. Visualidad. Percepción nítida y detallada de cada uno de los rasgos físicos característicos de los significantes empleados en el acto comunicativo del teletexto.

2. Comprensibilidad. Se requiere una morfosintaxis bien estructurada, capaz de dar la noticia de la manera más escueta, clara y sencilla posible. Lo escueto se refiere a la exposición, no a una concentración máxima de datos o de ideas como si se tratara de un barroquismo conceptual.

3. Densidad. Adecuada carga y equilibrada distribución de datos y conceptos para que los usuarios puedan descodificar el mensaje durante el tiempo de exposición.

4. Características de uso del teletexto.

El uso sociocomunicativo de cualquier medio de comunicación está intrínsecamente relacionado con las características tecnológicas del medio. La primera característica de uso de los medios de comunicación vendrá dada por la forma en que presentan sus contenidos a los receptores, y por la aprehensión que hacen éstos de dichos productos comunicativos:

		<i>Prensa</i>	<i>Radio</i>	<i>Televisión</i>	<i>Videotexto</i>	<i>Teletexto</i>
Dimensión objetual		Si	No	No	No	No
Dimensión Expresiva	visual.	No	No	Si	Si	Si
	sonora	No	Si	Si	No	No*
	visual-sonora.	No	No	Si	No	No*

* La difusión actual de los servicios de teletexto, como sucedía con los códigos expresivos, sólo permite la aprehensión de los contenidos por los usuarios en una dimensión expresiva visual. Pero un desarrollo tecnológico distinto del medio (niveles 4 y 5) facilitaría la dimensión expresiva sonora (radiotexto), y la dimensión expresiva visual-sonora (imágenes y sonido) en la recepción del servicio.

La dimensión objetual o de transporte de objetos (comunicativos) que tienen los productos comunicativos de la prensa supone una desventaja con respecto a los productos de los medios de comunicación audiovisuales, ya que requiere de un mayor esfuerzo por parte del receptor: debe desplazarse al lugar donde adquirir dicho objeto comunicativo (quiosco), y debe manipular el objeto comunicativo (revista, periódico, etc.) para seleccionar la información que desea consultar.

La aparición de los medios audiovisuales supuso un cambio en cuanto a la dimensión de los productos comunicativos, la difusión de dichos productos se lleva a cabo mediante transferencia de señal, lo que les confiere no una dimensión objetual, sino una dimensión expresiva (visual, sonora, visual-sonora). Esto supone una cierta ventaja en cuanto a la adquisición de la información por parte de los receptores, ya que la información se recibe directamente en el hogar de forma visual y/o auditiva, y requiere un menor esfuerzo para ser consumida. En contrapartida, estos productos comunicativos no ofrecen la posibilidad de elegir el orden de adquirir la información, sino que la información aparece presentada en bloque y no permite la permutabilidad de orden de recepción.

En el caso del teletexto y el videotexto los receptores tienen que realizar algunas tareas adicionales, que no se necesitan para el uso de la radio y la televisión. No es suficiente con enchufar el aparato para recibir la información, sino que los usuarios deben seleccionar la información (mediante teclado o mando a distancia) que desean consultar. Del mismo modo pueden seleccionar en función de sus intereses sobre que contenidos desean informarse en primer lugar, en segundo, o no hacerlo.

Los productos de estos dos sistemas de comunicación son presentados, difundidos y recibidos visualmente, en la concepción actual de ambos medios, lo que no quiere decir que en un desarrollo posterior sus productos comunicativos no puedan ser concebidos con otras dimensiones expresivas a través de imágenes y sonidos.

Otro de los aspectos del uso comunicativo de los medios es el teleológico, al que se refiere el autor alemán Dietrich Ratzke²⁰, quien propone una clasificación de medios emergentes atendiendo a la finalidad comunicativa a la que se destinan.

Desde este punto de vista, el mencionado autor diferencia entre:

Servicios orientados a la Acción, en los cuales la comunicación desencadena una acción. (Compras a distancia, transferencia electrónica de fondos, reserva de plazas, telecontrol, etc).

Servicios orientados a la pura Información. En los cuales el receptor recibe información previamente solicitada o no. (Bancos de datos

²⁰ RATZKE, D. *Manual de los nuevos medios. El impacto de las tecnologías en la comunicación del futuro*. México, Gustavo Gili, 1986.

bibliográficos, información puntual, telemedida, televigilancia, Televisión, televisión a la carta, mensajería, radiodifusión, radioavisos, **teletexto**, etc.

Servicios orientados a la Relación. En los cuales se establece un intercambio de información entre ambos sujetos de la comunicación. (Telemedicina, teleeducación, correo electrónico, teleconferencia, videoconferencia, teleprocesos, etc.).

Al margen de los aspectos o características de los que hemos venido hablando a lo largo de este capítulo, hay que destacar las tres particularidades comunicativas del teletexto que a nuestro juicio le convierten en un medio especialmente eficaz para la transmisión y difusión de informaciones:

a) La simultaneidad. El teletexto permite la cobertura de los acontecimientos de forma cuasi simultánea a su aparición. Es posible la transmisión en directo de los hechos, tan sólo se necesita un intervalo muy pequeño de tiempo para transcribir los mensajes.

b) La actualización de las informaciones. En el teletexto, la renovación de los contenidos es constante. No hay que esperar como en la prensa a una nueva edición, sino que las novedades que se puedan ir produciendo se pueden incorporar inmediatamente, manteniendo a la audiencia perfectamente informada del desarrollo de los acontecimientos.

c) La disponibilidad en la recepción. El teletexto proporciona al usuario un acceso rápido y en cualquier momento a la información. No debe esperar a la hora de emisión de un determinado espacio informativo en la radio o la televisión, ni que aparezca una nueva edición en la prensa, sino que

puede estar al corriente de las últimas noticias que se han ido produciendo, y que son recogidas y actualizadas por el teletexto.

4.5. EL FUTURO DEL TELETEXTO.

La aparición del teletexto generó entre las empresas comunicativas, los profesionales, y los estudiosos de la comunicación, unas expectativas sociales y comunicativas que hacían presagiar un futuro prometedor al medio. Pasados casi treinta años desde las primeras emisiones de teletexto, y a pesar de que el parque de televisores dotados con decodificador ha aumentado y sigue haciéndolo considerablemente, las prospecciones de futuro que se le presuponían han quedado bastante difuminadas. Su desarrollo se ha limitado a un uso del medio bastante primitivo en el que no se han explotado las posibilidades técnicas y comunicativas que hubieran permitido el despegue del teletexto como un medio de comunicación de masas generalizado, cuyas potencialidades sociocomunicativas serían mucho mayores de las que posee actualmente.

Uno de los primeros problemas que permanece sin resolver tiene que ver con los aspectos técnicos, y es el de la unificación de normas; es decir, conseguir una norma común universal de teletexto que sirviera para todo el mundo, en Europa por ejemplo sigue sin resolverse la compatibilidad entre el sistema británico (CEEFAX) y el francés (ANTIOPE).

También en cuanto a los aspectos técnicos o tecnológicos, las mejoras vendrían por la experimentación e incorporación de los servicios de teletexto basados en los niveles 3, que permite una mejora considerable en el tratamiento gráfico; el nivel 4, que incorpora el método alfageométrico; y el nivel 5, que contiene la plenitud de colores y permite la reproducción de fotografías. Estos tres niveles son técnicamente posibles y son compatibles

entre sí. El principal problema para su introducción ha sido el aumento de costes en el decodificador a medida que aumenta el nivel del sistema.

La transmisión a todo canal o a canal pleno es otra de las posibilidades futuras que ofrece el teletexto. En lugar de aprovechar las líneas libres de la transmisión convencional de televisión, también se puede utilizar todo un canal de televisión para la difusión del teletexto. Esta posibilidad es perfectamente posible en sistemas de transmisión por cable (con capacidad para varios canales de televisión y, por tanto, evitando el problema de saturación que se daría en la transmisión por ondas hertzianas). La transmisión a pleno canal potenciaría la capacidad informativa del teletexto, aumentando considerablemente la cantidad de información que se podría difundir y reduciendo el tiempo de acceso.

Otras de las posibilidades futuras que pueden mejorar los servicios de teletexto, son las transmisiones por cable o por satélite. Han sido muy pocas las experiencias que se han llevado a cabo en estos campos, y en la mayoría de los casos han sido fallidas. Estos experimentos han servido para descubrir una nueva problemática de difícil solución: la transmisión por cable o por satélite, o a pleno canal, posibilita la transmisión de una cantidad de información mucho más grande que la que facilita el teletexto convencional, esto plantea el inconveniente de cómo manejar tanta cantidad de información (miles de páginas de contenidos). No hay que olvidar que la característica específica del teletexto es la de hacer que todas las páginas fluctúen de forma cíclica de la primera a la última. Esto no sucede con el videotexto, en donde el usuario recibe directamente las páginas que ha seleccionado. Asociado a esto, se añadiría el problema de que tanta cantidad de información difícilmente puede interesar a toda la audiencia. Además, esto

supondría destinar mayor cantidad de dinero en infraestructuras y personal para poder almacenar y procesar estos enormes bloques de información.

Otra de las posibilidades que no han sido explotadas es la creación de servicios de teletexto en varias lenguas, lo que facilitaría una universalización de la información, ya que cualquier servicio de teletexto emitido por satélite por ejemplo podría ser recibido en cualquier parte del mundo. Dicha universalización idiomática, unida a la compatibilización de sistemas o niveles de teletexto, podría promover la constitución servicios de intercambio de páginas, promovidos por las diferentes instituciones comunicativas internacionales encargadas de su transmisión y difusión.

Desde el punto de vista de los contenidos, el teletexto deberá explotar sus posibilidades en campos como la optimización de sus posibilidades publicitarias o la especialización de sus contenidos. El teletexto de carácter local puede abrir cada vez más posibilidades a servicios de teletexto específicos, que podrían financiarse con dinero público o con anunciantes locales.

Estas son algunas de las mejoras que se podrían incorporar a los servicios de teletexto en el desarrollo actual del medio. Pero el teletexto, al igual que la mayoría de medios de comunicación, se encuentra ante una encrucijada que no permite prever cuál será el desarrollo del medio en los próximos cinco, diez o quince años. Los cambios cada vez más rápidos asociados a las nuevas tecnologías de la información obligarán al teletexto, y al resto de medios, a adaptarse e integrarse dentro de estas nuevas tecnologías, o correrá el riesgo de quedar relegado a ser un mero servicio añadido del medio televisión.

El teletexto en el estadio de desarrollo en el que se encuentra actualmente es definido como un sistema de transmisión unidireccional de información alfanumérica y gráfica que utiliza como terminal un receptor convencional de televisión y como canal de transmisión parte de las líneas de intervalo vertical de la señal de televisión o, en su caso, todas las líneas de dicha señal.

De esta definición se desprenden dos características tecnológicas especialmente relevantes que le permiten otear con un cierto optimismo sus potencialidades de futuro: por un lado, el servicio de teletexto no plantea problemas de ocupación del espectro radioeléctrico (prácticamente saturado en las bandas de la tecnología actual); y en segundo lugar, la utilización de la señal de televisión le asegura una gran difusión a muy bajo coste.

Asociados a estos dos aspectos tecnológicos aparecen otras características relativas a la difusión y la recepción del servicio que permite pensar en un desarrollo del teletexto diferente al actual. La información del teletexto una vez seleccionada y tratada se introduce en bloque en la señal televisiva, el receptor tiene a su disposición el conjunto de la información desde el momento en que decide pulsar la tecla del teletexto en el mando a distancia del televisor; posteriormente entre dicha información debe seleccionar aquella que le interesa.

La evolución de los aparatos de televisión, los ha ido convirtiendo cada vez más en terminales multifuncionales que introducen nuevos servicios que mejoran las capacidades existentes. Haciendo del televisor un complejo sistema audiovisual cada vez más amplio, en el que pueden incluirse o conectarse un decodificador de teletexto (interno o externo), un

magnetoscopio, un videodisco, un ordenador personal, una cámara de vídeo, un receptor de satélite, un terminal de Internet, etc. Este desarrollo tecnológico de la televisión permite pensar en que los servicios de teletexto, que se sirven de la señal y de los aparatos de TV para la difusión y recepción del servicio, en el futuro irán modificando sus características tecnológicas, comunicativas y de uso para adaptarse a los marcos comunicativos emergentes.

Los servicios de teletexto actualmente tan sólo utilizan unas pocas líneas de la señal televisiva, pero como hemos dicho anteriormente nada impediría destinar canales completos de televisión exclusivamente para la emisión de teletexto (teletexto a pleno canal), lo que permitiría difundir mucha más cantidad de información. Esto, en la situación actual supondría un problema para la recepción ya que a mayor cantidad de información mayor es el tiempo de espera. Este problema podría solucionarse mediante la utilización de servicios de almacenamiento de páginas, el cifrado de textos de páginas enlazadas (confeccionadas a modo de hipertextos) que facilitan el acceso automático, o incluso adaptando los sistemas de teletexto a los medios actuales de grabación y reproducción de gran capacidad como el CD ROM, DVD, etc.

La posible aparición de servicios de almacenamiento adaptados a la grabación de información de teletexto podría facilitar servicios de telecarga, mediante los cuales se podrían recibir grandes cantidades de informaciones especializadas, temáticas, o incluso bajo pedido²¹, durante las horas nocturnas

²¹ “El periodismo electrónico, no es otra cosa que un periódico a la carta.... Con ese periódico hecho a su medida, la empresa periodística habrá alcanzado un objetivo ahora imposible: personalizar el producto. Incluso se podría llegar a redactar noticias en función de la demanda”. LOPEZ, M. *Cómo se fabrican las noticias*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, pág. 80.

aunque el televisor se encuentre apagado; quedando dicha información almacenada en sistemas de memoria que puedan ser consultados de forma rápida por medio de hipertextos, páginas relacionadas, etc.

El teletexto a pleno canal para resolver el problema de la saturación o desinterés informativo de los receptores ante el manejo de grandes bloques de información, podría diversificar su oferta informativa, introduciendo varios servicios de teletexto en un mismo canal, organizándose por contenidos, por intereses profesionales, etc.

Otras posibilidades futuras asociadas a los servicios teletextuales pueden venir por la transmisión de sonido y música por teletexto (radiotexto), la adaptación de generadores de voz que permitan versiones sonoras, y no sólo icónico-textuales de los servicios, facilitaría por ejemplo la información a las personas con deficiencias visuales, y no sólo a los deficientes auditivos como sucede actualmente.

La transmisión de teletexto mediante Internet u otro tipo de redes puede suponer un salto cualitativo en la concepción del medio, ya que esto podría facilitar la bidireccionalidad de los servicios de teletexto, frente a la unidireccionalidad que ahora le caracteriza.

Estas son algunas de las posibilidades o predicciones sobre el futuro desarrollo y evolución de los servicios de teletexto en los próximos años. Es posible que, como muchos autores afirman, el teletexto como medio de comunicación haya llegado a su fase de máximo desarrollo y no tenga más futuro que el de seguir siendo un auxiliar del medio televisión. Pero, sabemos que la tecnología actual permite que algunas de estas conjeturas que hemos esbozado puedan llevarse a cabo en mayor o menor medida. Por

tanto, el hecho de que el teletexto pueda encontrar aplicaciones comunicativas y sociales en el panorama comunicativo futuro dependerá en primer lugar de las decisiones institucionales o políticas que son quienes controlan las concesiones sobre el espacio radioeléctrico sobre el que se emiten las señales de televisión y por tanto de teletexto. En segundo lugar, y quizá el más importante, dependerá de que las empresas e instituciones relacionadas con el mundo de la comunicación apuesten por un desarrollo tecnológico del teletexto asociado y relacionado con los nuevos medios de comunicación emergentes, y que puedan concretarse en determinadas aplicaciones y usos comunicativos del medio.

CAPITULO 5.

LA OFERTA DE LOS CONTENIDOS DEL SERVICIO DE TELETEXO.

5.1. EL TELETETO: UN MEDIO DE SERVICIO PÚBLICO.

El surgimiento de un nuevo medio de comunicación de masas como el teleteto partió del intento de facilitar el acceso a la información televisiva a aquellas personas que por sus discapacidades auditivas no tenían acceso a ella. Posteriormente se comprobó que las posibilidades del medio eran mucho mayores y fue entonces cuando se empezó a concebir como un sistema de transmisión dirigido a audiencias mucho más numerosas.

Al tratarse de un medio dirigido a audiencias potenciales muy grandes debería orientar sus contenidos a satisfacer las necesidades reales de la inmensa mayoría de la población, intentando mitigar dentro de sus posibilidades los desequilibrios socioculturales existentes.

La creación de los primeros servicios de teleteto han sido puestos en funcionamiento, en la mayor parte de los países, por organismos comunicativos institucionales o públicos. La oferta informativa o de contenidos de estos teletetos públicos deberán, como apunta Mariano

Cebrián, “profundizar en su especificidad y lograr realizar el proyecto ideal para desarrollar una nueva forma cultural o un acercamiento en cantidad y calidad de otros tipos de cultura a los usuarios, para adquirir la relevancia y un lugar propio en la cultura actual. Si, por el contrario, es utilizado para la redundancia y para un mayor control de quienes ya dirigen los otros medios, ni habrá diversificación cultural, ni dinamización de nuevas relaciones sociales. Será simplemente un elemento para incrementar los dominios de unos sobre otros y, consecuentemente, para ampliar los desequilibrios culturales y sociales.”¹

Otro de los riesgos que corre el teletexto es el de no ser concebido como un servicio público de utilidad para la audiencia, sino el de convertirse en una mercancía destinada al consumo. Tal actitud se sitúa en la línea fomentada por instituciones de comunicación privadas interesadas en multiplicar al máximo el consumo de determinadas formas culturales y de información en detrimento de otras. Siguiendo con palabras del citado autor, este es el camino más rápido para llegar a una desorientación y una desinformación.

Las posibilidades que ofrece el teletexto de poder ser emitido en diferentes idiomas, unido a la difusión que se puede llevar a cabo por medio de cable y sobre todo por satélite, le confieren unas enormes posibilidades de transferencias recíprocas de informaciones a nivel internacional, que podrían fomentar un modelo universal de uso para el medio.

¹ CEBRIAN HERREROS, M. *El teletexto en el sistema comunicativo español*. Revista Telos, nº1, Madrid. Enero de 1985, pág. 80.

Esta posible tendencia a la universalización del teletexto, aunque pudiera parecerlo, no tiene porqué ir en detrimento del desarrollo de servicios regionales o locales. No en vano, algunos autores han visto en esta regionalización una de las principales capacidades de los servicios de teletexto. Estos servicios locales pueden organizarse atendiendo a distintos criterios: desde las áreas lingüísticas, pasando por organizaciones de tipo cultural, hasta servicios específicos sobre determinados temas o determinadas instituciones políticas, financieras, deportivas, etc.

La prueba de que la universalización y la regionalización no son aspectos incompatibles la tendríamos por ejemplo en los servicios organizados en torno a áreas lingüísticas. En España se pueden desarrollar servicios de teletexto locales o regionales (como se ha hecho), y al mismo tiempo podrían relacionarse dichos servicios con otros de Hispanoamérica, que por el hecho de compartir el mismo idioma, podrían abrir infinidad de nuevas posibilidades de cooperación informativa.

Los aspectos socioculturales a nivel de uso y de contenidos que puedan desarrollarse a través de los servicios de teletexto existentes y futuros deberían buscar un mejor servicio público orientado a la mayor parte de los usuarios. Para ello sería conveniente que la evolución del teletexto se llevara a cabo atendiendo a las exigencias que demande la audiencia, y no a las que respondan a los intereses de los productores del servicio.

5.2. EL TELETETO: UNA FÓRMULA “POPULAR, INFORMATIVA Y ESPECIALIZADA”.

La oferta de contenidos de los servicios de teletexto se encuentra a medio camino entre un servicio general y una información especializada². Se puede decir que se trata de un servicio general ya que va dirigido a una audiencia numerosa y heterogénea (a todos aquellos usuarios que dispongan de un televisor con decodificador de teletexto). Y al mismo tiempo se puede hablar de un medio de información especializada, debido a que estructura o diversifica parte de sus contenidos en bloques diferenciados dirigidos a grupos específicos de la audiencia.

Observando los contenidos de la mayor parte de los servicios europeos de teletexto se puede afirmar que en la inmensa mayoría de los casos comparten un mismo modelo, e incluso, sino fuera por los diferentes idiomas en los que están elaborados y por los aspectos formales específicos, podría decirse que se trata de servicios idénticos.

Los responsables de diseñar dichos servicios han optado por una doble fórmula: por un lado, la relativa a la información de actualidad que comparten con los medios clásicos (prensa y televisión); y por otro, ofrecen contenidos sobre determinados aspectos socioculturales de interés mayoritario (información sobre el tiempo, sorteos de loterías, programación

² Se podría decir que el teletexto es un medio que aglutina los diferentes tipos de productos comunicativos (publicaciones) de la prensa. Incluye contenidos informativos de información general: diarios y revistas con secciones de Internacional, nacional, local, sucesos, deportes, etc. De información especializada: diarios y revistas deportivos, económicos, de medicina, arte, ciencia, hogar, etc. Y de contenido especial: de carácter técnico o profesional.

televisiva, etc.). Esta fórmula ha sido calificada por Schlesinger como “popular pero informativa”³.

A estos dos aspectos sociocomunicativos de los contenidos habría que añadir un tercero, el que se refiere a los contenidos específicos o especializados que ofrece el teletexto, y que van dirigidos a determinados grupos de la audiencia. Serían, por ejemplo, las informaciones bursátiles y cotizaciones de monedas extranjeras, el estado de las estaciones de esquí, la información sobre rutas turísticas, etc.

Así, la calificación de “popular pero informativa”, sin parecernos errónea, si nos parece incompleta, y propondríamos la de “*popular, informativa y especializada*”

Mariano Cebrián⁴ propone la siguiente clasificación de los contenidos de los servicios de teletexto:

1. El servicio de noticias recientes, como si se tratara de un “periódico electrónico” con las diferencias y particularidades propias del medio.

2. Programación de servicios educativos como banco de conocimientos o enciclopedia electrónica, aunque sin la capacidad de almacenamiento del videotexto. Por esta razón al teletexto educativo se le asignan otras funciones como la informativa de actos docentes o culturales y

³ Citado en: GINES SOLER, M. *Els serveis de teletext a Europa Occidental*. Universidad Autònoma de Barcelona, Tesis Doctoral, 1990, pág. 194.

⁴ CEBRIAN HERREROS, M. *El teletexto en el sistema comunicativo español*. Revista Telos, nº1, Madrid. Enero de 1985, pág. 66-67.

acontecimientos de congresos, informes, etc., motivadora, complementaria, orientativa para los estudios, metodológica.

3. Difusión de publicidad escrita, próxima a los anuncios por palabras de la prensa y con la actualización o retirada del anuncio según las variaciones que se vayan produciendo a lo largo de la emisión.

4. Servicios de noticias especializadas por sectores de usuarios o por contenidos temáticos como información bursátil y financiera, datos sobre meteorología, estado de las carreteras, llegadas y salidas de los medios de transporte con el detalle exacto de los retrasos, información de espectáculos y demás datos de las típicas “revistas de ocio”. Es frecuente que esta información se concentre por bloques, “revistas” o gacetas según las diversas denominaciones que recibe y que difunde reiteradamente a unas horas prefijadas con la actualización necesaria o no.

5. Servicios de noticias de última hora. Los últimos datos producidos por el seguimiento de un hecho o una noticia urgente se introducen en la programación para que el usuario que lo desee pueda visualizarla en la pantalla previo aviso mediante cualquiera de los recursos con que se cuente.

6. Servicio adicional para turistas en sus propios idiomas particularmente en los canales regionales y con procedimientos de “rótulos cerrados” para aquellas zonas donde haya mayores aglomeraciones de extranjeros.

Esta clasificación general de la información que ofrece el teletexto en torno a estos seis bloques de contenidos, nos parece que no recoge en su

totalidad los contenidos que componen los servicios de teletexto. Por lo que en los epígrafes que siguen se tratará de llevar a cabo una clasificación más completa de los contenidos que componen la oferta del teletexto tanto en España como en otros países, especialmente europeos.

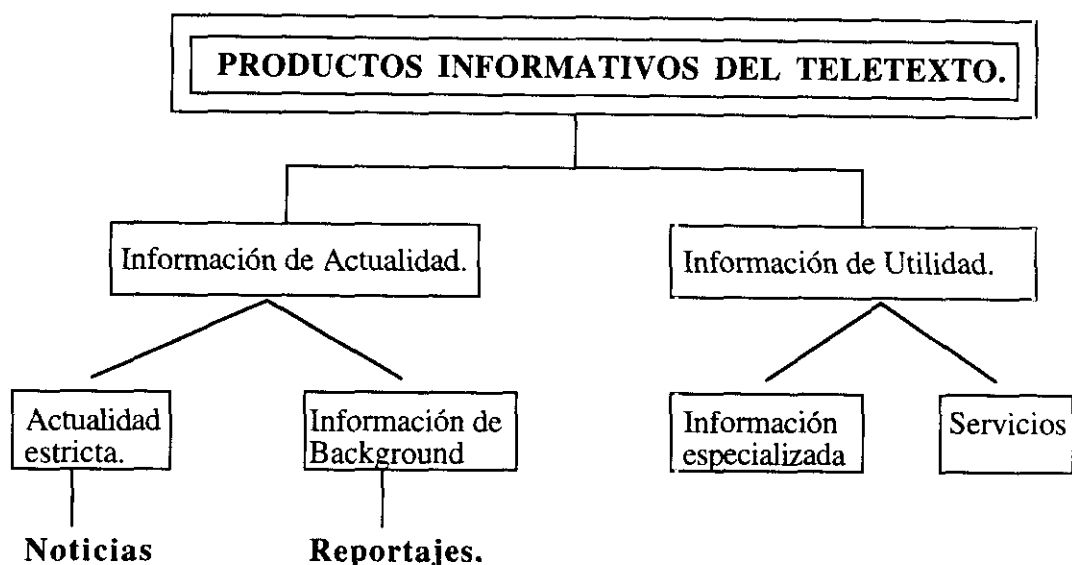
5.3. LA INFORMACIÓN EN EL TELETEXTO.

El teletexto comparte en lo esencial las características informativas con los medios clásicos de comunicación de masas (medios audiovisuales y prensa escrita); si bien, como hemos dado cuenta en el capítulo anterior, sus particularidades lo convierten en un medio con identidad propia.

El teletexto, como también hemos citado, cuenta con tres particularidades comunicativas de especial relevancia que le convierten en un medio apropiado para la difusión de informaciones: la actualidad de las informaciones que difunde, la flexibilidad con la que puede actualizar sus contenidos, y la disponibilidad en la recepción

La profesora catalana, Montserrat Ginés Soler⁵, propone una interesante clasificación de los contenidos difundidos por los servicios de teletexto, agrupándolos en torno a dos categorías de productos informativos:

⁵ GINÉS SOLER, M. *Els serveis de teletext a Europa Occidental*". Universidad Autónoma de Barcelona, Tesis Doctoral, 1990, pág. 197.



La denominada Información de Actualidad incluye tanto los contenidos periodísticos de los acontecimientos más destacados del día (actualidad estricta, que en esta investigación se denominan Noticias), como aquellos contenidos donde se ofrece una información más en profundidad de algún acontecimiento o personaje (información de *background*, denominados Reportajes o Monografías). Los reportajes suelen permanecer durante algún tiempo en la emisión (durante varias emisiones, generalmente no más de quince días, excepto ante eventos de gran relevancia).

En el teletexto, el espacio destinado al desarrollo de cada noticia se suele limitar, como hemos apuntado en varias ocasiones anteriores, como máximo a una sola página del servicio, pudiendo, eso sí, aparecer más de una noticia en una misma página. Una mención aparte merecen los Reportajes o Monografías, en los que aparecen varias páginas destinadas a un mismo acontecimiento, no obstante dicha información se presenta normalmente de forma independiente; es decir, de manera que todas las noticias de un mismo

reportaje aparecen de forma individualizada, con su titular correspondiente y ocupando una sola página del servicio.

El teletexto ordena sus noticias en secciones, de un modo similar a como lo hace la prensa. Esta ordenación espacial se lleva a cabo en función de los criterios territorial (información local, regional, nacional e internacional) y temático (política, economía, cultura, sociedad, deportes, etc.).

Las secciones en las que el teletexto estructura sus noticias pueden variar en función de los criterios que cada medio considere más oportuno, pudiendo tratarse de secciones comunes a todos ellos o específicas de uno u otro medio.

Algunos teletextos, al margen de las noticias de actualidad, ofrecen un servicio de noticias permanente, destinando una serie de páginas para dar cuenta de infinidad de noticias que van apareciendo en el servicio a medida que se van produciendo. Son expresadas de forma muy breve y dependiendo de la importancia, el medio puede decidir que pasen a formar parte de la oferta de información estricta del medio. En España, los servicios de teletexto de Telemadrid y de Tele 5 disponen de este servicio, que es abastecido por las agencias de noticias EFE y Europa Press, respectivamente.

Dentro de la información de Utilidad se incluyen páginas de servicios (información general para el usuario: farmacias de guardia, estado de carreteras, meteorología, etc.) y las informaciones especializadas, clasificadas en función del interés de determinados grupos determinados o colectivos profesionales (son gacetas sobre consejos médicos, viajes, información de utilidad para sordos, etc.). Esta última categoría de

información especializada destinada a las personas con deficiencias auditivas, a pesar de ser la idea fundacional de los servicios de teletexto, es poco utilizada y la mayoría de los servicios españoles de teletexto (Tele 5, Antena 3 y Telemadrid) no conceden ningún espacio destinado a los sordos. Sólo el teletexto de TVE destina una serie de páginas destinadas a este tipo de usuarios.

A diferencia de la prensa escrita, en la que la información de Actualidad (noticias o reportajes) supone la mayor parte de los contenidos que conforman el periódico; en el teletexto la mayor parte de los contenidos corresponden a la información de Utilidad y a la publicidad, suponiendo el espacio dedicado a las noticias propiamente dichas un porcentaje menor del espacio del medio. Dependiendo de cada servicio la información destinada a noticias puede suponer entre un 10% y un 25% del total de la oferta de contenidos del teletexto.

En esta investigación se toma como objeto de análisis únicamente la actualidad estricta, es decir, las noticias propiamente dichas, quedando para otro tipo de investigaciones el resto de los contenidos de los que consta el medio teletexto.

La segunda parte de nuestra tesis doctoral trata de descubrir cuáles son los modelos que utilizan los diferentes servicios de teletexto en España a la hora de seleccionar y confeccionar las noticias.

5.4. EL ENTRETENIMIENTO.

Dentro de la oferta de los servicios de televisión convencional, los programas dedicados al entretenimiento suponen un porcentaje muy elevado. En el caso del teletexto, sus servicios incluyen también una serie de páginas (no muy numerosa) dedicadas a que el usuario pase un rato agradable.

En los servicios de teletexto se suele incluir una sección de “Pasatiempos” que comprende una serie de juegos y adivinanzas, generalmente destinada a los usuarios más jóvenes, con el objetivo de familiarizar a los niños en el manejo y comprensión de este nuevo medio.

Estos juegos, tienen una particularidad sustancial, y es que requieren de una participación activa de los usuarios en la resolución de los pasatiempos. Mediante una tecla de revelado que se encuentra en el mando a distancia del televisor, se descubren las respuestas a los juegos que se proponen.

Debido a las limitaciones técnicas que presenta el servicio de teletexto en cuanto a la utilización de gráficos y dibujos, los pasatiempos deben ser muy simples, y generalmente se limitan a juegos matemáticos (de sumas, de series de objetos, de giros y metráas, etc.), adivinanzas, problemas de ajedrez, etc.

El profesor de matemáticas y colaborador de la sección de Pasatiempos del teletexto de TVE, José Luis Alcalde García, afirma que dichos juegos fomentan y desarrollan el ingenio y el razonamiento en los niños. “Perfeccionan el sentido de la observación y comprensión. Acostumbran a distinguir colores y formas. Adiestran a pensar y razonar

frente al televisor, ya que deben hacer el esfuerzo mayor que en los programas de televisión convencional.”⁶

También se proponen en la mayor parte de los servicios de teletexto concursos en los que se puede participar por correo o por teléfono. Ultimamente, y en los teletextos de Tele 5 y Antena 3 se presentan concursos telefónicos por líneas de pago, que sirven más que como entretenimiento, como una forma de financiación para las cadenas que emiten los servicios de teletexto.

Otra de los contenidos destinados al entretenimiento que presentan la inmensa mayoría de los teletextos es la sección de horóscopos, ya que se ha comprobado en los diversos estudios de uso del medio que es uno de los apartados más consultados. Dichos horóscopos, que generalmente carecen de del más mínimo rigor, son sustituidos en cada nueva emisión.

También se ofrecen generalmente secciones específicas dedicadas a los jóvenes, como listas de discos, clubes infantiles, etc., que tienen el objetivo de mantener la fidelidad al medio de la audiencia más joven.

5.5. LAS POSIBILIDADES FORMATIVAS Y EDUCACIONALES.

Muchos fueron los autores, que ante el surgimiento del teletexto vieron en él, el medio ideal para canalizar y desarrollar programas

⁶ ALCALDE GARCIA, J. L. Revista *Mensaje y Medios*. Octubre de 1990. Nº 19, pág. 98.

educativos y de apoyo a la formación⁷. La posibilidad de alcanzar a audiencias potenciales muy grandes, unido a las facilidades de consulta para los usuarios (permanencia de la información en la pantalla, posibilidad de retornar a consultas anteriores, etc.), hizo pensar inicialmente que podía ser de gran utilidad en este campo.

Gran Bretaña ha sido el país donde más se han desarrollado este tipo de iniciativas orientadas a la formación, introduciendo cursos de enseñanza de idiomas, secciones de información al consumidor, etc. También se han producido experiencias en los servicios de teletexto británicos como complemento o apoyo a los programas educativos de radio y televisión.

Otra de las posibilidades que podrían ofrecer los teletextos dentro del campo educativo sería el de la enseñanza a distancia. Con las emisiones por cable o por satélite de servicios de teletexto se abriría un aspecto geográfico mucho más amplio en el que la educación a distancia tendría muchas más posibilidades.

Al igual que sucedió en los inicios de la televisión (se pensó que revolucionaría el mundo de la educación), las perspectivas de que el teletexto se convirtiera en un poderoso medio formativo se han ido difuminando. Si exceptuamos los intentos británicos de poner en marcha servicios orientados a la educación, en el resto de los países europeos, o no se han puesto en práctica, o se ha tratado de intentos fallidos. Sin embargo si se ha desarrollado una utilización relacionada sólo indirectamente con la educación

⁷ “El aspecto más beneficioso que puede presentar el recurso a las nuevas tecnologías informativas y, sobre todo, audiovisuales, sería la aplicación de esas técnicas a la enseñanza y que los medios de comunicación se pusieran al servicio del interés común.” SANCHEZ BRAVO, A. *Tratado de estructura de la información*. Madrid, Editorial Latina, 1981, pág. 78.

y la formación, como es la informativa de actos docentes y culturales, orientativa para los estudios, notificadora de premios, concursos y becas, etc.

5.6. LA FUNCIÓN DE INICIAL DEL SUBTITULADO.

El subtitulado de programas y películas de la televisión convencional para que los sordos o personas con deficiencias auditivas tuvieran acceso a la información, fue el origen y la primitiva función del teletexto.

Sin embargo, muy pronto se observaron las posibilidades informativas del nuevo medio y la función inicial de subtitulado quedó relegada a un segundo plano. Tanto es así, que en algunos servicios de teletexto no se utiliza en absoluto, aunque esta no es la norma habitual. En la mayoría de los casos los promotores de los servicios se limitan a subtitular una o dos películas por semana, que en ocasiones parece tener más una finalidad de “lavar sus conciencias”, que la de atender las necesidades de las personas sordas.

El servicio de subtitulado, además de ser de utilidad para los sordos, también podría cumplir una función pedagógica importante en la enseñanza de idiomas, tanto para las personas extranjeras, como para espectadores nacionales de los distintos países. Ya que mediante el subtitulado

no habría necesidad del doblaje de las películas, esto supondría una mayor familiaridad con los idiomas extranjeros y facilitaría su aprendizaje⁸.

En países como Gran Bretaña y Dinamarca es donde se han producido las mayores iniciativas en este sentido, llegando a subtítular hasta 200 horas mensuales de programación televisiva. En España, el servicio pionero de subtítulado de películas lo llevó a cabo el teletexto regional de la televisión catalana Teleservei. Posteriormente lo incorporó TVE, que continúa emitiendo tan sólo una o dos películas semanales subtítuladas. En los últimos meses Tele 5 ha anunciado la puesta en práctica del subtítulado de todos sus telediarios, aunque en el momento en que se realizó esta tesis doctoral todavía no se había llevado a cabo.

El trabajo de subtitulación es una tarea costosa y compleja, que debe recoger no sólo las palabras que pronuncian los actores o personas que hablan, sino también los aspectos de la banda sonora (música, ruidos, etc.), sin los cuales, en ocasiones serían incomprensibles los mensajes que se transmiten.

Otra de las dificultades, que pueden encontrarse los sordos, es la de distinguir a quién o a quiénes corresponden las voces que se subtitulan. Esto es especialmente dificultoso cuando existen varios interlocutores en pantalla, o cuando alguno de ellos está fuera de la pantalla. Para solucionar este

⁸ “No sólo los sordos se van a beneficiar de la subtitulación, ya que este campo va dirigido a todo lo que se conoce como audiencias especiales. Permite ofrecer un programa sonorizado en un idioma y subtítulado en otro, y permite también efectuar la subtitulación por el sistema de teletexto, que representa una ventaja económica para la emisora, y ofrecerla a toda pantalla para toda la audiencia, cuando se precise.” ALONSO, M. y otros. *El teletexto*. Madrid, RTVE, 1988, pág. 88.

problema se utiliza un código de colores en los subtítulos para distinguir a los diferentes personajes.

Hay que tener en cuenta que muchas de las personas sordas han tenido que aprender el idioma con mucha dificultad, por lo que los subtítulos deben permanecer en pantalla un tiempo más o menos prolongado para que puedan ser leídos completamente por dichas personas.

Generalmente el subtitulado se presenta recuadrado en la parte inferior de la pantalla o en aquellos lugares de la misma que no entorpezcan la visión de los mensajes que se emiten. También se puede subtitular en forma de “bocadillos”, como en los tebeos o los cómics, aunque este método es poco habitual.

El teletexto ofrece dos tipos de subtitulado:

1. Subtitulado previo. Es el más frecuente, y se ha utilizado para las películas y programas de interés ya grabados. Tanto las películas, como los programas deben estar programados con antelación. Ya que se calcula que una hora de subtitulado equivale a más de quince horas de trabajo de subtitulación.

2. Subtitulado en directo. Como su nombre indica se trata de subtitular un programa durante su emisión en directo. Entraña una mayor dificultad y es por eso que se usa con mucha menor frecuencia.

En Gran Bretaña se ha desarrollado lo que se puede llamar “técnica de texto almacenado”. Consiste, por ejemplo, al retransmitir un partido de fútbol, en disponer de un ordenador en el que se han introducido una serie de frases hechas, las más habituales en la retransmisión futbolística.

El operador no tiene más que ir tomando dichas frases para subtitular la información. Este sistema no es de utilidad cuando se trata de contenidos heterogéneos, entrevistas, noticiarios, etc.

En Suecia se ha desarrollado para el subtitulado en directo lo que se denomina “velotipo”, que es una maquina de estenografía o de escritura rápida por sílabas, conectada al teletexto. Requiere de un narrador adiestrado en resumir y sintetizar lo más importante del programa a subtitular, y de un operador adiestrado en la escritura rápida.

5.7. EL TELESOFWARE.

La posibilidad de utilización de las ondas hertzianas y concretamente los servicios de teletexto para la difusión de programas informáticos (desde los clásicos juegos de ordenador, hasta los programas informáticos más complicados) en cualquier lenguaje y para cualquier sistema operativo, es lo que se ha venido en denominar telesoftware.

Entre las funciones de este servicio estarían la de facilitar un servicio público para desarrollar el conocimiento de la informática y en segundo lugar la de servir de promoción comercial y publicitaria de los programas y las empresas informáticas.

En los inicios de los años noventa, se generalizó la idea de el servicio de telesoftware como un servicio público, financiado por las empresas emisoras de teletexto, que generalmente eran instituciones públicas o dependientes del Estado. De manera que el acceso a los programas

informáticos se concebía como un libre acceso a todos los usuarios que dispusieran de la infraestructura informática para poder recibirlo y recogerlo. Posteriormente, esta idea de servicio público se ha ido difuminando y en la mayor parte de los casos sólo se puede acceder al telesoftware de forma cifrada o limitada mediante una clave de acceso, previo pago de unos derechos o tasas. Esta es una posibilidad de financiación de los servicios de teletexto.

Sin embargo la evolución de la informática personal ha hecho que este sistema, que parecía tener una gran perspectiva de futuro, haya quedado relegado a un servicio de muy bajo interés para los usuarios.

5.8. LA PUBLICIDAD.

El uso de la publicidad como fórmula de financiación de los servicios de teletexto se puso por primera vez en práctica en los primeros años de la década de los ochenta en Gran Bretaña y Francia. Estos primeros anuncios publicitarios podían ocupar páginas completas de servicio o la parte inferior de las páginas de teletexto. En Inglaterra y Suiza se han puesto algunos controles al desarrollo publicitario de los servicios de teletexto, de manera que la oferta de publicidad no pudiera superar en ningún caso el 15% o el 20%, respectivamente, de las páginas ofrecidas por el servicio.

Los modelos de inserción publicitaria en los servicios de teletexto responden a tres modelos diferenciados de fórmulas publicitarias:

- Los anuncios propiamente dichos. Pueden aparecer ocupando una página completa del servicio o parte de la misma. En su realización juegan un papel muy importante los diseñadores gráficos.

- El patrocinio de páginas. La publicidad es la que financia la aparición de determinados contenidos de los servicios de teletexto, que de otro modo podrían no aparecer. Generalmente la empresa anunciante insertará en una parte bien visible de la página su nombre o logotipo como patrocinador de la misma. Es la fórmula más habitual de inserción publicitaria del teletexto. En ocasiones los proveedores de la información que aparece en la página son los propios patrocinadores; y en otras se limitan simplemente a anunciarse en las páginas que emite el servicio (generalmente tendrán algún vínculo con la información que se suministra).

En el teletexto de TVE, por ejemplo, dos revistas de ajedrez son las encargadas de patrocinar la gaceta que se emite sobre este deporte. La publicidad en este caso aparece en una página completa al comienzo de la sección especificando que la información que se ofrece a continuación está subvencionada o patrocinada por las revistas de ajedrez. En el teletexto de Telecinco, suele patrocinarse entre otras secciones, la del horóscopo, insertando en la parte inferior de las páginas la publicidad del patrocinador.

- La última modalidad publicitaria del teletexto es la de los anuncios por palabras (se trata de pequeños anuncios personales, que pueden estar clasificados por secciones, y dentro de ellas por precios de los productos que anuncian). Este tipo de publicidad ha sido cuestionada por los editores de diarios (al tratarse de un tipo de publicidad propia de la prensa), como una forma de competencia desleal. Sin embargo, no se trata tanto de

una intromisión del teletexto dentro del mercado de la prensa, como un intento del mercado publicitario por acceder a audiencias potenciales más numerosas.

El desarrollo cada vez mayor de servicios de teletexto emitidos por empresas de radiodifusión de carácter privado, ha supuesto un cambio sustancial en los contenidos del teletexto y en la utilización de fórmulas publicitarias cada vez más agresivas, que irán en detrimento de la idea de servicio público que durante algún tiempo se le presupuso al teletexto. Debido al bajo coste económico y de personal que supone emitir un servicio de teletexto, y viendo sus posibilidades comerciales y publicitarias, no es extraño que cualquier emisora de televisión decida organizar sus servicios de teletexto, con la finalidad de obtener beneficios.

Así, en España por ejemplo, la aparición de los teletextos de Telecinco y Antena 3, tienen un decidido carácter comercial, donde predominan los contenidos publicitarios por encima de los informativos, de entretenimiento, divulgativos o de otro tipo.

Así pues, atendiendo a los contenidos que difunde, se pueden sintetizar las funciones sociales del teletexto en las siguientes.

1. Función Informativa.
2. Función de Entretenimiento.
3. Función Pedagógica.
4. Función Publicitaria.

Este modelo de funcionalidad social se asemeja al propuesto por Bernard Voyenne⁹ cuando se refiere a la prensa:

1. Función Informativa. Es la principal función de los órganos de prensa.

2. Función Deliberativa. Los medios ofrecen su propia opinión sobre los hechos, intereses y creencias sociales, etc., dando su propia opinión o incluso imponiendo una opinión como la buena o la única.

3. Función Entretenida. Una parte del contenido de los medios impresos está siempre destinada al entretenimiento.

4. Función pedagógica. La función pedagógica de la prensa ha sido esbozada por muchos autores, aunque no se ha llegado a puntos en común sobre cual debería ser el papel de los periódicos en cuanto a su función educativa.

5. Función Publicitaria.

El teletexto en cuanto a su funcionalidad social coincide básicamente con la de la prensa, tan sólo se diferencia en cuanto a la función deliberativa, que en el caso del teletexto o no aparece o queda muy difuminada ya que no se destina generalmente espacio para los artículos de opinión o los comentarios.

⁹ VOYENNE, B. *La información hoy*. Barcelona, Editorial Mitre, 1984, pág. 55-66.

ALCALDE, C. *Como leer un periódico*. Barcelona, ATE, 1981, pág. 41.

5.9. CONTENIDOS DEL TELETXTO EN ESPAÑA.

Los servicios de teletexto españoles a los que remite nuestra investigación (Teletexto de TVE, Eftexto de Telemadrid, y los teletxtos de Tele 5 y Antena 3), comparten en lo esencial, en materia de contenidos, las características con el resto de servicios emitidos en Europa. Dichas características corresponden en sus aspectos generales con las categorías a las que nos hemos referido en los epígrafes anteriores de este capítulo.

Con el objetivo de llevar a cabo un análisis más específico de los contenidos que presenta cada uno de los cuatro medios, se procedió a recoger en una base de datos todos los contenidos presentados en cada una de las páginas de los distintos servicios.

De esta forma, podríamos observar sus posibles analogías y diferencias, así como sus particularidades concretas en cuanto a la información que ofrecen. Al mismo tiempo serviría para saber la cantidad de páginas que cada teletxtto oferta en su servicio a los usuarios.

Con la intención de que este análisis fuera lo más riguroso posible, se llevó a cabo el proceso de recogida de la información en tres periodos distintos de la muestra: en su inicio, en la mitad y al final de la misma. La finalidad de esta recogida en tres fases, era la de observar los cambios que pudieran introducirse en la programación de las distintas cadenas a lo largo del tiempo que componía nuestra muestra.

De este análisis se dedujo que los contenidos ofrecidos por los cuatro teletxtos españoles mantuvieron de forma constante la inmensa mayoría de sus secciones y contenidos. Tan sólo son de reseñar pequeñas

modificaciones en cuanto a la desaparición o sustitución de algunas páginas publicitarias por otras. O como en el caso de Telemadrid, donde desapareció del servicio la sección de noticias “Curiosas”. Pero la práctica totalidad de las secciones y el espacio dedicado a los contenidos específicos de cada servicio permaneció inalterable.

Entre los aspectos comunes de los servicios de teletexto en España, en cuanto a sus contenidos, se pueden señalar los siguientes:

1. Índice del servicio. Todos los medios ofrecen en las primeras páginas un índice de los contenidos que ofrece cada servicio. Generalmente se ordena por orden alfabético y tiene como función la de facilitar al usuario la búsqueda de la información que desee de forma más rápida.

2. La información. Los cuatro servicios destinan una serie de páginas (más o menos numerosa según el medio) dedicadas a la información. Sobre todo a la información de actualidad, ya que no todos los servicios ofrecen reportajes o “monografías”. Esta información (noticias) es actualizada constantemente (con mayor o menor celeridad según el medio) a lo largo de la emisión.

3. Resultados y clasificaciones deportivas. Todos los servicios ofrecen secciones relativas a los resultados deportivos, clasificadas por diferentes deportes y que hacen referencia a equipos, goleadores, árbitros, campeonatos, etc. Suelen actualizarse semanalmente.

4. Información meteorológica. La información del tiempo es común a los cuatro servicios de teletexto. Dependiendo de los casos, puede

dar mayor importancia a la meteorología local, nacional o internacional. La información se sustituye diariamente.

5. Horóscopo. Esta es una sección que tradicionalmente aparece siempre en los servicios de teletexto tanto europeos como españoles. Los estudios realizados sobre audiencias demuestran que es una de las secciones más consultadas por los usuarios. Suele carecer de cualquier tipo de rigor a la hora de su elaboración, y es actualizada diariamente.

6 Programación televisiva. Todos los medios ofrecen información sobre la programación, aunque según los casos puede referirse tan sólo a la programación propia de la cadena, a la de otras, a la internacional o incluso a las emisiones de radio. También en ocasiones se puede ofrecer información recomendada sobre programas o películas.

7. Publicidad. El uso de la publicidad como forma de financiación aparece, en mayor o menor medida, en todos los servicios de teletexto en España. Con la aparición de los servicios privados de teletexto se ha incrementado considerablemente el uso publicitario del servicio, sobre todo en cuanto a las páginas patrocinadas.

8. Sorteos y loterías. Al igual que sucedía con el horóscopo, es una de las secciones más consultadas por los usuarios debido a su cuasi simultaneidad. Es una información indispensable en todos los servicios de teletexto y se actualiza inmediatamente después de conocerse el resultado de los diferentes sorteos.

9. Concursos y pasatiempos. Suelen ser secciones dedicadas a los más jóvenes o a los niños, aunque últimamente han aparecido una serie de

concursos por vía telefónica con premios de mayor cuantía destinados a la audiencia adulta y que tienen como objetivo el de servir como fuente de financiación del servicio.

10. Información de agenda y teléfonos de interés. Todos los servicios ofrecen información relativa a acontecimientos importantes y a teléfonos de utilidad pública (farmacias, policía, hospitales, aeropuerto, etc.).

11. Información sobre el tráfico y el estado de las carreteras. Esta información es constante en los servicios de teletexto, aunque dependiendo del medio se puede circunscribir a zonas más o menos concretas dependiendo de los intereses de los usuarios que consulten el medio.

12. Otro aspecto común a todos los servicios de teletexto vendría dado por la ausencia de servicio de telesoftware, aunque como contrapartida en todos ellos encontramos páginas de publicidad sobre empresas informáticas.

Estos aspectos comunes a los cuatro servicios de teletexto, y en general a todos los servicios de teletexto europeos, conforman la mayor parte de la oferta de contenidos que se ofrecen a los usuarios.

Antonio López de Zuazo, presenta en el siguiente cuadro, las preferencias de los usuarios en cuanto a las secciones o contenidos más consultados de los servicios de teletexto en Alemania, Italia y España:

	<i>Alemania</i> <i>ARD-ZDF %</i>	<i>Italia</i> <i>RAI %</i>	<i>España</i> <i>TVE%</i>
Noticias	78	71	71
Deportes	66	61	40
Meteorología	83	64	25
Programación TV	63	64	50
Pasatiempos	50	32	48
Gastronomía	43	34	16
Loterías	36	13	38
Bolsa y Divisas	30	9	20
Viajes y Motor	46	13	21
Horóscopo	--	48	35

Antonio López de Zuazo. Revista de Ciencias de la Información. Nº 9. Madrid 1994.

Este cuadro, que consideramos carece de valor científico en cuanto a sus resultados, ya que toma los datos relativos al uso de cada servicio en años diferentes (ARD-ZDF 1987, RAI 1989, TVE 1991), sí puede servir para comprobar que tres teletextos de tres países distintos comparten la práctica totalidad de sus contenidos o secciones.

Sin embargo cada servicio de teletexto presenta una serie de particularidades que le hacen distinto al resto:

1. La primera de estas especificidades vendrá dada por el número de páginas de que consta cada uno de los cuatro servicios, y en cuántas de esas páginas se emite información.

	Nº de páginas del Servicio	Nº Páginas con contenido	Nº Páginas sin contenido
TXT TVE	790 100%	250 32%	540 68%
TXT TM3	612 100%	320 52%	292 48%
TXT Tele 5	700 100%	518 74%	282 26%
TXT Antena 3	425 100%	135 32%	290 68%

En este cuadro se observa que todos los servicios de teletexto españoles infrautilizan en mayor o menor medida las capacidades informacionales del medio. Es decir, del total de páginas que componen el servicio no se ofertan contenidos en todas ellas, sino que muchas de ellas aparecen vacías, sin ningún tipo de información.

Generalmente el teletexto divide el conjunto de sus páginas en bloques temáticos generales (información de actualidad, competiciones deportivas, Información de Agenda, etc.) a los que se destinan un número de páginas bastante extenso. La norma habitual en los servicios de teletexto españoles es dedicar a cada uno de estos grandes apartados cien páginas del servicio, comenzando cada bloque por una página de índice que suele corresponder con las acabadas en 00 (100, 200, 300, etc.). De estas cien páginas destinadas a cada apartado temático sólo se ofrecen datos en algunas de ellas, permaneciendo el resto vacías. El hecho de que el teletexto no utilice todas las páginas del servicio no favorece la reducción del tiempo de espera para recibir la información, como se podría pensar, ya que el tiempo de

espera depende del número total de páginas del servicio y no de que haya más o menos páginas vacías.

Esta infrautilización del teletexto puede responder a distintas estrategias comunicativas y empresariales en la creación del servicio:

- Una de ellas puede ser la de reservar una serie de páginas en blanco en cada bloque temático para introducir información que pudiera aparecer en el futuro relacionada con esa materia.

- Otra, puede ser la de pensar que una cantidad muy grande de información (700, 800 páginas) difícilmente pueden interesar a una audiencia general, qué es a la que se dirige el teletexto. Para evitar el desinterés que se podría producir ante tanta cantidad de contenidos, sólo se ofrece la información que se considera pueda ser de utilidad para la gran mayoría de usuarios.

- La tercera estrategia podría estar relacionada con la poca importancia que las cadenas de televisión que emiten los servicios de teletexto conceden a éstos. Esto se traduce en la escasa dotación de personal y medios para poder ofrecer una mayor cantidad de contenidos (mayor número de páginas), que puedan ser tratados y actualizados correctamente en cada emisión.

En el cuadro anterior observamos que no existe una uniformidad entre los teletextos españoles ni en cuanto a la cantidad de páginas que componen el servicio, ni en cuanto al número de ellas que contienen algún tipo de información.

El teletexto de TVE es el servicio que incluye un mayor número de páginas, si bien, sólo en un tercio de las mismas se introduce información, permaneciendo el resto sin contenidos o vacías. En el caso del Efetexto de Telemadrid es menor el conjunto de páginas que componen su servicio (en torno a 600), aunque más de la mitad contienen información.

El servicio de teletexto de Tele 5 es el que mayor cantidad de información incluye; de las 700 páginas que lo componen, se emite información en el 75% de las mismas. El teletexto de Antena 3 se podría decir que es el teletexto español más *pequeño*, ya que es el que menos páginas emite, (unas 400); de las cuales, en tan sólo un tercio se incluyen contenidos.

2. La siguiente diferenciación estructural de los servicios de teletexto viene determinada por la cantidad de páginas que destina cada medio en función de sus contenidos.

	Información de Actualidad	Información de Utilidad	Entretenimiento	Publicidad	Formación	Otros
TXT TVE	29 12%	168 67%	19 8%	12 5%	14 6%	7 2%
TXT TM3	77 24%	119 37%	27 8%	56 18%	7 2%	36 11%
TXT Tele 5	62 12%	181 35%	57 11%	191 37%	0 0%	27 5%
TXT Antena 3	21 16%	42 31%	17 13%	45 33%	0 0%	10 7%

De la cantidad de espacio (número de páginas) destinado a los contenidos se desprenden las características generales de cada uno de estos cuatro servicios españoles de teletexto:

- El servicio de TVE incluye mayoritariamente información de utilidad, y también concede una cierta importancia, aunque en mucha menor medida a la información de actualidad. El espacio destinado al entretenimiento, la formación y la publicidad es bastante escaso.

- En el teletexto de Telemadrid en torno a cuatro de cada diez páginas son destinadas a ofrecer información de utilidad. Concede también bastante espacio a la información de actualidad (en torno a una de cada cuatro de sus páginas). Aunque en menor medida, a los contenidos publicitarios también se les destina un espacio considerable.

- La oferta de los servicios de teletexto de Tele 5 y Antena 3 contiene mayoritariamente páginas destinadas a la publicidad y a la información de utilidad. La información de actualidad y el entretenimiento ocupan un espacio menor (entre el 11 y el 16% de las páginas). Y ambos servicios carecen de páginas destinadas a contenidos educativos o formativos

Los servicios de teletexto de TVE y Telemadrid pertenecen a la modalidad de teletexto público, ya que dependen de empresas o instituciones comunicativas dependientes del estado; aunque se trata de teletextos con una incidencia distinta: TVE es una cadena de carácter nacional por lo que sus contenidos deberán ser más generales ya que van dirigidos a un público heterogéneo geográficamente; mientras que el servicio de Telemadrid, al tratarse de una cadena regional deberá orientar sus contenidos a los intereses de una audiencia más específica.

En estos dos servicios no parece primar el interés comercial sobre la función de interés general que se le presuponen a los medios públicos, que deben servir a los intereses de la mayor parte de la audiencia.

En líneas generales, estos teletextos han mantenido un criterio no comercial de sus servicios. El uso de la publicidad es bastante restringido, especialmente en el caso de TVE, donde las páginas publicitarias se limitaban, en el momento en que se llevó a cabo esta investigación al patrocinio de unas pocas páginas del servicio como la “Revista de ajedrez” o la “Revista de motor”. En el caso de Telemadrid es relativamente más frecuente el uso de la publicidad, aunque en el conjunto de sus contenidos, su porcentaje sigue siendo bajo.

El empuje cada vez mayor de la publicidad en busca de mercados hace peligrar la idea del teletexto como un servicio público. Las iniciativas de los servicios de teletexto privados en España (Teletexto de Antena 3 y de Tele 5) muestran una tendencia a que pueda convertirse en un medio de financiación para las empresas difusoras, utilizándolo como un un gran *tablón de anuncios* desde el que se ofrezca la venta de determinados productos.

Hasta aquí hemos visto algunas de las diferencias y similitudes generales (tanto estructural, como de contenido) de los teletextos que se emiten en España. A continuación trataremos de pormenorizar las peculiaridades más significativas de estos cuatro servicios que forman parte de nuestra investigación.

5.9.1. El teletexto de TVE: el servicio pionero de carácter nacional.

El teletexto de TVE fue el primer servicio de teletexto que se puso en marcha en España. El objetivo inicial fue el de crear un medio de interés público de carácter nacional. En su diseño fundacional se contemplaba la creación de servicios locales desde los diferentes centros regionales de TVE, pero dicha iniciativa no se ha llevado a la práctica.

La oferta del servicio de teletexto de TVE contiene unas 800 páginas, aunque generalmente sólo ofrece información en una tercera parte de ellas, el resto permanecen vacías y por tanto no pueden ser consultadas.

Entre los contenidos específicos o particularidades del teletexto de TVE relativos a la información de actualidad se pueden destacar:

- Incluye, como el resto de los servicios, un número de páginas destinadas a la oferta informativa de noticias, con especial incidencia en las de carácter nacional, internacional y deportivo. Pero donde este servicio se diferencia del resto es en el espacio dedicado a los reportajes o monográficos. Estos reportajes (cuyas características ya han sido expuestas en esta investigación) no aparecen siempre entre la oferta de contenidos del servicio, sino que se emiten en las ocasiones en que el medio considera suficientemente importante un determinado acontecimiento de actualidad, o aun evento conmemorativo anterior. Dichos acontecimientos son tratados, como sucede en la prensa, más en profundidad que las noticias, se ofrece información sobre antecedentes, causas, consecuencias, información complementaria o relacionada con el hecho, etc. Generalmente se les

condede un mayor o menor espacio en función de la trascendencia, pudiendo dedicarles hasta cuarenta o cincuenta páginas.

La oferta de información de utilidad, qué es a la que el servicio de TVE dedica un mayor espacio, contiene una serie de contenidos específicos:

- Al margen de las noticias de economía propiamente dichas, se ofrece una amplia oferta de información de utilidad financiera. Entre dichos contenidos, destaca principalmente el tratamiento que se da a la información bursatil: se ofrecen los listados de todos los valores que cotizan en la bolsa española, y se van actualizando constantemente las cambios de las cotizaciones a lo largo de la jornada. También se informa de las fluctuaciones del mercado de divisas, de los mercados extranjeros, etc.

- En el teletexto de TVE también es sustancialmente relevante el tratamiento de la programación televisiva. A lo largo de varias páginas se emite toda la programación de los servicios de Radiotelevisión Española (TVE-1, La 2, Radio Nacional, emisión vía satélite, etc.), tanto diaria como semanalmente. Además se ofrecen “abstracts” o resúmenes de las películas que se emiten.

- Otro de los apartados propios del teletexto de TVE es la “Guía de viajes”, en la que se ofrece información sobre determinados lugares turísticos, con recomendaciones de rutas, gastronomía, posibles alojamientos, etc. Esta sección suele actualizarse semanalmente.

- También, en cuanto a la información de utilidad, este servicio ofrece espacio a determinados contenidos de interés público o general, como

el calendario laboral, el estado de las reservas hidráulicas o los prefijos telefónicos.

En cuanto a los contenidos relacionados con el entretenimiento, al margen de los juegos o pasatiempos dedicados a los más jóvenes que son similares en todos los servicios, ofrece una particularidad, como es la de resolución de problemas o jugadas de partidas de ajedrez. Relacionado con esto, este servicio de teletexto suele emitir en *directo* las partidas de ajedrez de los principales campeonatos. Este seguimiento de los campeonatos de ajedrez al momento gozan de una gran aceptación por parte de los aficionados a este deporte, por la inmediatez en la actualización de los movimientos de las partidas.

También se destina un espacio más o menos reducido a los contenidos relacionados con la educación y la formación. El servicio de TVE contiene algunas páginas específicas relativas a dar cuenta de convocatorias culturales: información sobre conferencias, becas y premios culturales. Así como horarios de museos, teatros o galerías de arte.

Otra de las especificidades es la que se refiere a las páginas destinadas a informar sobre el propio servicio de teletexto: manejo y posibilidades del mando a distancia para visualizar la información, uso de los caracteres y utilización de los colores, índice de contenidos, relación de todas las personas que lo llevan a cabo, etc.

También es destacable el espacio destinado a los usuarios sordos o con problemas auditivos. En dichas páginas se incluyen contenidos y noticias de interés de utilidad para estas personas discapacitadas; así como anuncios de

cursos de lenguaje de signos, o información sobre el subtítulo de películas o programas televisivos.

5.9.2. Eftexto de Telemadrid: un servicio de teletexto regional.

El servicio de teletexto de la televisión regional madrileña Telemadrid, denominado Eftexto, comenzó a emitirse en 1991. El hecho de ser emitido por una cadena de televisión regional o local le confiere unas características específicas y diferentes del resto de los servicios españoles de carácter nacional.

El tratamiento de la información de utilidad en el servicio de Telemadrid es el más completo de los servicios españoles de teletexto:

- Dedicar un amplio número de páginas al tratamiento de la información estricta o noticias, que son distribuidas en un amplio abanico de secciones: nacional, internacional, deportivo, cultural, de sociedad, etc. También tiene algunas secciones específicas asociadas al carácter regional del medio, como son las de noticias locales y taurinas. E introduce algunas secciones novedosas como las de ecología o curiosas.

- Otra de las peculiaridades del Eftexto son una serie de páginas destinadas al servicio de noticias de la Agencia EFE, donde de forma concreta y resumida va introduciéndose la información recogida por dicha agencia de noticias según se van produciendo los acontecimientos. La permanencia, ampliación en la sección correspondiente, o la desaparición del

servicio de dichas noticias dependerá de la relevancia o importancia que el medio las conceda.

El servicio de Telemadrid en cuanto a la información de utilidad se diferencia del resto de teletextos españoles por:

- Aparte de contener una sección de noticias ecológicas, este servicio de teletexto concede una especial relevancia al cuidado de la naturaleza y del medio ambiente. Se ofrecen páginas de información sobre espacios naturales de especial interés ecológico, sobre especies protegidas, etc.

- Al igual que en el teletexto de TVE, el Eftexto también contiene una amplia “Guía de viajes”, en la que se proporciona información sobre destinos e itinerarios internacionales, por España, y especialmente por la Comunidad de Madrid.

- También el teletexto de Telemadrid, como sucede en el de TVE, incluye contenidos de interés general, como por ejemplo las páginas de información del consumidor, aunque la mayor parte de la información de utilidad viene determinada por el ámbito local del servicio, así se incluyen contenidos sobre información de agenda relativa a la Comunidad de Madrid como farmacias de guardia, teléfonos de urgencia, información sobre horarios de trenes de cercanías y del transporte en general, estado de los embalses, etc.

El servicio de teletexto de Telemadrid destina una serie de páginas a los contenidos sobre ocio o entretenimiento, en las que se promueve la participación de los usuarios en el servicio, donde pueden enviar relatos,

poesías, mensajes, inscribirse en el “Club EFETEXTO”, etc. Los contenidos seleccionados aparecen posteriormente en la emisión del teletexto, manteniéndose durante unos días en emisión.

El carácter regional de este teletexto se observa especialmente en los contenidos publicitarios que son dirigidos especialmente a los usuarios madrileños que son quienes tienen acceso al servicio:

- Se destina un gran número de páginas a ofrecer información sobre restaurantes, lugares de ocio, empresas de comida a domicilio, etc.

- También es especialmente relevante el espacio destinado a los anuncios por palabras, que pertenecen a la Comunidad de Madrid y se presentan clasificados por sectores económicos o profesionales.

Algunos de los contenidos educativos que difunde son similares a los del servicio de TVE, aunque en el Efetexto se concede un mayor número de páginas a estas informaciones, y se introducen algunos contenidos específicos: cursos de castellano con dudas sobre el lenguaje, páginas de la historia de Madrid, etc.

5.9.3. Teletextos de Tele 5 y Antena 3: dos servicios de teletexto de interés comercial.

Los servicios de teletexto de Tele 5 y Antena 3 comenzaron a emitirse en 1995, con la idea de prestar a la audiencia un servicio adicional a la programación convencional de televisión.

Esa era la idea fundacional de estos dos servicios de teletexto, sin embargo, la invasión publicitaria que inunda la oferta de sus contenidos parece indicar la subordinación del servicio al interés comercial.

1. Servicio de Teletexto de Antena 3.

En el momento en que se llevó a cabo este análisis, el servicio de teletexto de Antena 3 es el que menos páginas de contenido emitía, en torno a 150.

Aparte de los contenidos comunes a todos los servicios de teletexto, de los que hemos dado cuenta en el epígrafe 5.9. de este capítulo, el servicio de Antena 3 ofrece muy pocas especificidades. Si exceptuamos la de contener un amplio surtido de contenidos publicitarios, que en su caso supone en torno a un tercio de las páginas que oferta el servicio.

Es muy frecuente el uso publicitario de las páginas patrocinadas, así como la utilización de determinadas páginas de televenta de productos. También son frecuentes los concursos telefónicos ofertados por el teletexto de Antena 3, y los sorteos o premios asociados a determinados programas de su emisión de televisión convencional.

Entre esta oferta publicitaria, cabría destacar las numerosas páginas del servicio destinadas a las empresas de trabajo temporal, y a las inmobiliarias.

Como excepción a estos contenidos comerciales cabría destacar la información de interés general que se incluye sobre ofertas de empleo público.

1. Servicio de Teletexto de Tele 5.

El teletexto de Tele 5 es el que más páginas de contenido presenta, de las 700 páginas que conforman el servicio, contienen información más de 500.

El tratamiento de la información de actualidad contiene, al igual que el teletexto de Telemadrid, un servicio de noticias denominado “Hora a Hora” proporcionado por la agencia de noticias Europa Press. Con la particularidad de que aparece clasificado por temas (política, economía, cultura, etc). A este servicio de noticias se dedican más de cuarenta páginas del teletexto de Tele 5, y se recogen un sinfín de noticias según van apareciendo, y que pueden permanecer durante algún tiempo en la emisión.

En cuanto a la información de utilidad o de agenda, una de las novedades que ofrece este teletexto remite a la información sobre la programación televisiva. Además de la programación propia (que es habitual en todos los servicios de teletexto), el teletexto de Tele 5 emite la programación de todas las cadenas de televisión nacionales y regionales o autonómicas. Del mismo modo se ofrece información sobre las películas de Tele 5 y del resto de las televisiones. También ofrece la información sobre la programación de la cadena de radio Onda Cero.

La oferta publicitaria representa la mayor parte de los contenidos del teletexto de Tele 5. El tratamiento de este tipo de información ofrece algunas diferencias con respecto al resto de los servicios del resto de los medios:

- En el caso de los anuncios por palabras que ocupan una importante cantidad de páginas, la información es presentada por sectores, por productos, por ciudades, y por precios. Se ofrecen anuncios clasificados por las principales ciudades españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Zaragoza, La Coruña, etc.).

- Son también muy frecuentes los casos de páginas patrocinadas, como por ejemplo la información sobre el horóscopo, o la información infantil.

- Un aspecto publicitario novedoso con respecto al resto de servicios de teletexto, es la inserción de publicidad sobre “Relax” y teléfonos eróticos. Donde se utilizan las limitadas posibilidades de dibujo del teletexto para intentar atraer a los clientes.

- La sección dedicada al mundo de la informática también es digna de reseñar, en ella se anuncian un número importante de empresas que exponen sus productos y sus precios. Entre estas páginas se incluye una interesante novedad, la emisión de una serie de páginas dedicadas a Internet: información relativa a la red, direcciones de interés, novedades técnicas, etc.

El servicio de teletexto de Tele 5 es el que más utiliza las posibilidades gráficas y de color para intentar hacer más atractivas sus páginas publicitarias.

La amplia oferta de contenidos que emite este servicio incluye, además de la publicidad, páginas dedicadas al interés general o público; Así, aparecen algunas páginas destinadas a la información cultural (exposiciones, becas, libros, etc.), a la participación de los usuarios (poesías y relatos, felicitaciones, etc.), o a la promoción y difusión de páginas dedicadas a las ONGs (Organizaciones No Gubernamentales), a asociaciones antidroga, etc.

2ª PARTE :

**EL ANALISIS DE LOS DATOS Y LA
INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.**

CAPITULO 6.

LA NOTICIA EN EL TELETETO.

El análisis de la información en el teletexto que proponemos en esta investigación se circunscribe al estudio de la información de actualidad, y dentro de ella, exclusivamente, al estudio de las noticias. Dejando al margen en esta tesis el análisis del resto de contenidos de que consta la oferta de los servicios de teletexto. Dichos contenidos, podrán ser abordados en posteriores trabajos, completando así el universo de investigación acerca del medio teletexto.

En este primer capítulo, y en los posteriores, de esta segunda parte trataremos de explicar cuáles son los patrones o modelos mediadores en los que se basan los profesionales y las empresas comunicativas para confeccionar dichos productos comunicativos, que finalmente son puestos a disposición de los usuarios de los servicios de teletexto.

En este primer nivel del análisis se toma la noticia como la unidad básica y general de la que parten los análisis posteriores, que irán siendo desarrollados en los capítulos siguientes.

6.1. LA ESTRUCTURACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL TELETEXTO.

Tradicionalmente, los medios de comunicación clásicos (prensa, radio y televisión) organizan la información de actualidad en secciones. Este primer nivel del tratamiento de la información consistente en agrupar las noticias espacial y temáticamente en torno a bloques, es también el utilizado por el teletexto para estructurar sus contenidos informativos. La adscripción de las noticias a las secciones en que cada medio compartimenta sus productos informativos, supone una toma de decisión por parte del medio, o del mediador en quien delega, que implica una primera ordenación del mundo.

Esta rutina profesional, a la que en ocasiones no se le concede demasiada importancia, supone un trabajo intelectual destinado facilitar a los receptores una visión del mundo consensuada socialmente en un lugar y momento histórico determinado. Forma parte de las labores de mediación que llevan a cabo los responsables o profesionales de la comunicación en cuanto a la selección, tratamiento y distribución de productos comunicativos (en este caso de las noticias del teletexto). El hecho de incluir una noticia en una u otra sección informativa implica una labor de mediación estructural/referencial destinada a reducir la incertidumbre entre la audiencia, con el fin de imponer unas pautas, para la comprensión del entorno, compartidas socialmente por la mayoría de los receptores, y así facilitar la comunicación.

La adscripción de las noticias a las secciones suele ser más clara en los medios impresos (periódicos y prensa escrita en general), donde este recurso se utiliza siempre; que en los medios audiovisuales, en los cuáles, en ocasiones no queda lo suficientemente marcada la delimitación entre las diferentes secciones.

El teletexto a pesar de ser un medio audiovisual y de compartir infraestructura tecnológica con la televisión, en cuanto a la ordenación espacial de sus contenidos, encuentra muchas más similitudes con los medios impresos que con los audiovisuales.

El modelo de ordenación temático-espacial de la información en los medios de comunicación responde generalmente a dos criterios:

Territorial. Las noticias se agrupan en función de su pertenencia a ámbitos territoriales, así es habitual encontrar secciones de información local, regional, nacional, internacional, etc.

Temático. La otra forma de clasificar las noticias responde a la adscripción en torno a los grandes temas: política, economía, cultura, sociedad, deportes, etc.

Las secciones en las que el teletexto estructura sus noticias pueden variar en función de los criterios que cada medio considere más oportuno, pudiendo tratarse de secciones comunes a todos ellos o específicas de uno u otro medio. Se puede afirmar que todos los servicios de teletexto en España utilizan, en mayor o menor medida, este doble criterio (territorial y temático) a la hora de clasificar sus noticias.

La distribución de las noticias de los servicios de teletexto en España en función de la sección en la que son ubicadas por el medio es la siguiente:

SECCIONES	Nº Noticias	% Noticias
Cultura	3 2	1,5
Curiosas	3 3	1,6
Deportes	6 9 5	3 2
Ecología	8 3	3,9
Economía	1 5 1	7
Internacional	4 0 9	1 9
Local	1 3 7	6
Nacional	4 9 3	2 3
Sociedad	6 1	2,9
Sucesos	5 1	2,5
Toros	1 2	0,6
Total	2 1 5 7	100

Cuadro Nº.1. Capítulo 6. Distribución de las noticias de teletexto según la sección informativa en que aparecen.

El conjunto de secciones en que el teletexto compartimenta su universo informativo incluye tanto las secciones utilizadas por la prensa como las utilizadas por la televisión y la radio. Como especificidad, el teletexto presenta la sección de noticias de Ecología, en respuesta a una demanda social cada vez mayor de este tipo de informaciones. Estas noticias empiezan a ocupar también cada vez más espacio en la prensa y la televisión, aunque todavía no se dedican secciones específicas dedicadas a estos contenidos, sino que adscriben sus noticias ecológicas y de medio ambiente a otras secciones existentes.

La gran mayoría de las noticias de teletexto (casi nueve de cada diez) se encuentran en lo que podemos denominar las secciones comunes a

todos los medios: Nacional, Internacional, Deportes, Economía y Local. Agrupándose principalmente en tres de esas secciones (Nacional, Internacional y Deportes), que representan cerca del setenta y cinco por ciento del total de las noticias.

La clasificación de las noticias en secciones es común a todos los servicios de teletexto en España, sin embargo, dicha clasificación no es homogénea en todos ellos. Es decir, cada cadena de televisión utiliza para la clasificación de sus noticias, las secciones que considere que mejor se adaptan a sus intereses y sus contenidos.

Esto supone una diferencia con respecto a los medios impresos o audiovisuales, donde prácticamente todos los servicios comparten las mismas secciones en que se compartimentan sus noticias.

En el teletexto, también existen unas secciones que son comunes a los cuatro teletextos españoles analizados. Dichas secciones son las de Nacional, Internacional y Deportes. Que casualmente son las secciones a las que todos los servicios conceden mayor importancia, si nos atenemos al número de noticias que se incluyen en ellas.

S	
N	
I	
D	
E	
C	
L	
S	
E	
S	
C	
T	

Cuadro N°.2. Capítulo 6. Distribución de las secciones en las que se clasifican las noticias según la cadena.

La distribución de las noticias en secciones informativas dependerá en primer lugar del abanico de apartados temáticos o territoriales en los que cada servicio decide compartimentar la información.

Cada servicio de teletexto en España distribuye sus noticias en las siguientes secciones.

<i>Secciones TVE</i>	<i>Nº noticias</i>	<i>% noticias</i>
Nacional	192	33%
Internacional	162	28%
Deportes	226	39%
Total	580	100%

En TM-EFE se distribuyen las 991 noticias en las siguientes secciones:

<i>Secciones Telemadrid</i>	<i>Nº noticias</i>	<i>% noticias</i>
Nacional	167	17 %
Internacional	162	16,5%
Deportes	158	16 %
Economía	131	13 %
Local	132	13 %
Sucesos	51	5 %
Ecología	83	8,5 %
Curiosas	33	3,5 %
Toros	11	1 %
Sociedad	61	6 %
Cultura	2	0,2 %
Total	991	100%

Las 289 noticias de Antena 3 se distribuyen las noticias en las siguientes secciones:

<i>Secciones Antena 3</i>	<i>Nº noticias</i>	<i>% noticias</i>
Nacional	90	31 %
Internacional	41	14 %
Deportes	141	49 %
Economía	17	6 %
Total	289	100%

En Tele 5 se distribuyen las 297 noticias en las siguientes secciones:

<i>Secciones Tele 5</i>	<i>Nº noticias</i>	<i>% noticias</i>
Nacional	53	18 %
Internacional	44	15 %
Deportes	170	57 %
Cultura	30	10 %
Total	297	100%

Como hemos citado anteriormente todos los servicios de teletexto en España engloban la gran mayoría de sus noticias (todas ellas en el caso del teletexto de TVE) en torno a las tres secciones que son comunes a todos ellos: Nacional, Internacional y Deportes. Siendo la sección de Deportes la que en la mayor parte de los servicios incluye un mayor porcentaje de noticias. En el servicio de Telemadrid son ligeramente más frecuentes las noticias de Nacional e Internacional, que las deportivas. Este último servicio se diferencia de los demás también en el número de secciones o apartados en los que clasifica las noticias. Mientras que los servicios de TVE, Antena 3 y Tele 5 ordenan su oferta informativa en torno a los grandes apartados informativos tradicionales tomados de la prensa o la televisión (tres o cuatro), Telemadrid distribuye sus noticias en un repertorio más amplio de secciones que incluye, además de las clásicas (que son comunes a todos ellos), otras que le son propias como las de Curiosas, Ecología, Toros, etc.

6.2. PARTES DE LA NOTICIA DEL TELETEXTO.

El primer nivel de análisis de las noticias del teletexto consiste en descomponer la unidad general de nuestra investigación (la noticia) en las partes o unidades formales diferenciadas, que sirva para revelar los modelos que utiliza el teletexto para confeccionar sus productos comunicativos.

En los estudios clásicos de la información de prensa, cuando se aborda la estructura o partes de la noticia¹, ésta se divide en:

Titular. Aparece encabezando toda noticia.

Lead o entradilla. Es un resumen de los aspectos más importantes de la noticia.

Cuerpo. Es el desarrollo de la noticia.

Hay que considerar que las noticias en los medios impresos aunque suelen tener mayoritariamente esta estructura, no siempre es así. En determinadas ocasiones, y dependiendo de aspectos como la falta de espacio o la concesión de mayor o menor importancia a uno u otro suceso, se puede prescindir tanto del titular como del lead o entradilla. Por ejemplo, las noticias breves (a las que se dedica poco espacio y se concede una menor importancia) generalmente carecen de estos elementos de estructura.

En el caso del teletexto, las limitaciones tecnológico/espaciales, de las que hemos dado cuenta en repetidas ocasiones a lo largo de esta tesis doctoral, impuestas por el medio a la hora de elaborar la información, suponen que las noticias del teletexto en España carezcan siempre de lead o entradilla, y en ocasiones prescindan también de los titulares. Por tanto la estructura de las noticias de teletexto se puede descomponer en los siguientes elementos:

¹ “La lectura de un diario suele hacerse en dos partes o de dos maneras: primero, a base de echarle una ojeada rápida a los titulares y al lid (resumen de la noticia, al principio del artículo); luego, cuando el tema interesa al lector, éste se entretiene en buscar más información sobre el hecho...” ALCALDE, C. *Como leer un periódico*. Barcelona, ATE, 1981, pág. 49.

1. Titulares de la noticia. Las noticias de teletexto pueden utilizar el recurso a la titulación o no. Cuando las noticias contienen titulares, éstos son de dos tipos:

- Titulares de Sumario. Aparecen varios en una misma página de índice de la sección. Y deben ser la carta de presentación que haga que el lector vaya a consultar la noticia, “la función de este título es la de un presentador que revaloriza su mercancía y obliga a entrar en la tienda presentando las mejores muestras de lo que se considera que contiene.”²

- Titulares de Cuerpo. Aparecen encabezando la noticia.

2. Cuerpo de la noticia. Es el desarrollo de los hechos o acontecimientos que se relatan en la noticia, y aparece siempre ya que de no existir no existiría la noticia.

El titulado se distingue del texto por su presentación, por su tamaño, por su tipografía, por su estilo lingüístico, y por su ubicación espacial (generalmente en la cabecera de la unidad redaccional).³

² VOYENNE, B. *La información hoy*. Barcelona, Editorial Mitre, 1984, pág. 155.

³ CASASUS, J. M. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, DOPESA, 1972, pág. 94.

6.2.1. Los titulares de las noticias de teletexto.

De las 2157 noticias que componen nuestro universo de estudio, el mediador recurre al uso de titulares en la mayoría de los casos (en 1715 de ellas).

Cuando las noticias de teletexto se conforman utilizando el recurso a la titulación, siempre se presentan con titulares tanto de Sumario como de de Cuerpo.

El uso de titulares en las noticias de teletexto, generalmente tiene el mismo papel que tiene en la prensa⁴, y podría hablarse de un doble sentido de los titulares. Por un lado, el titular debe servir como reclamo para leer el contenido de la noticia; y por otro, para resaltar el aspecto más relevante o al que el mediador concede una mayor importancia de cuantos se ofrecen en el interior de la noticia.

“En la prensa escrita el uso de cuerpos distintos en la titulación permite una serie de posibilidades comunicativas que sirven de reclamo para la audiencia o para resaltar aspectos que se consideran de relevancia,

⁴ Kayser analiza los titulares en prensa francesa, “El titular está destinado a llamar la atención del lector sobre una información, un artículo o un conjunto, señalándole objetiva o espectacularmente el tema tratado....el primer criterio de los titulares es de orden material: resulta de la presentación tipográfica, que crea un contraste físico entre el titular y el texto al que cubre o anuncia.” KAYSER, J. *El diario francés*. Barcelona, ATE, 1986, pág. 108-109.

Norma B. Desinano de Ossanna coincide con Kayser en cuáles deben ser las funciones de la titulación cuando estudia la prensa argentina, “El título, titular o encabezado de la información periodística no sólo debe dar una idea clara del tema y sus alcances, sino a veces del tono con que se lo trata en el texto....El título tiene una función de contacto, por su tamaño y su tipografía; pero al mismo tiempo debe cumplir también una función referencial haciendo llegar, por lo menos parcialmente, información al lector. DESINANO de OSSANNA, N.B. *El discurso periodístico*. Buenos Aires, Editorial Plus Ultra, 1987, pág. 35.

generalmente el tamaño se corresponde con la importancia que el medio concede a la noticia.”⁵ En el caso del teletexto no suelen utilizarse cuerpos distintos para titular sus noticias, aunque sí es frecuente el uso de distintos colores para el titular y el cuerpo, incluso en ocasiones algunos medios utilizan colores distintos dentro del mismo titular, para hacerlo más vistoso o poner el énfasis en algún aspecto.

Generalmente, cada sección informativa presenta una primera página de *indización*, en la que aparecen los titulares de Sumario de todas las noticias de una sección y el número de página en la que se encuentran. Estos titulares de Sumario son la carta de presentación de la noticia. Ofrecen la posibilidad de acudir a consultar la página en la que aparece la noticia propiamente dicha.

En la página de índice de la sección debe darse cuenta de todas las noticias, o de las más relevantes, que se incluyen en cada sección. Esto supone una constricción de espacio que obliga al mediador a confeccionar los titulares de sumario de forma sintética, ofreciendo una información muy básica del tema sobre el que trata la noticia para que el usuario si lo desea la consulte.

Estos titulares se confeccionan por el encargado de elaborar la información utilizando como máximo veinte palabras; aunque en la mayor

⁵ MORIN, V. *El tratamiento periodístico de la información*. Barcelona, ATE, 1974, pág. 26.

parte de los casos se confecciona con un número de palabras que oscila entre cinco y diez⁶.

El titular de Cuerpo es el que acompaña y antecede a la noticia. Como sucede con el de Sumario, pueden existir noticias que carecen de esta modalidad de titulación.

En las noticias que contienen titular de Cuerpo, éste aparece siempre en la parte superior de la página, encabezando la noticia.

Los titulares de Cuerpo también se elaboran como máximo con veinte palabras. Aunque en la inmensa mayoría de los casos el titular se presenta utilizando entre seis y quince palabras.

Los titulares de Sumario suelen ser más escuetos, generalmente se trata de una simple llamada general de atención. Mientras que los de Cuerpo suelen ser algo más extensos y se ciñen al contenido concreto de la noticia. Ambos tipos de titulares se suelen presentar en el teletexto ocupando una sola línea de escritura. Siendo más habitual en los de Cuerpo el uso en ocasiones de dos líneas.

El análisis de la titulación en el teletexto en esta tesis doctoral se ha centrado especialmente en los titulares de Cuerpo, ya que son los que siempre encabezan el desarrollo de la noticia, y se puede decir que el conjunto de

⁶ Martín Vivaldi sintetiza las claves que debe cumplir el titular de las noticias en la prensa, que pueden servir para la titulación en el teletexto "El título debe ser una síntesis de la noticia: el esqueleto, lo más esencial de la información.... debe recoger el elemento más importante de la noticia....Debe ser lo más breve posible. Se recomienda que no exceda de diez o doce palabras. MARTÍN VIVALDI, G. *Géneros periodísticos*. Madrid, Paraninfo, 1973, pág. 216.

titular de Cuerpo y el Cuerpo conforman la noticia como la unidad general de nuestro análisis.

El mediador a la hora de redactar los titulares de Cuerpo utiliza o bien el estilo de redacción *normal* (redacta el titular como una frase, con todos los elementos sintácticos), o bien el estilo *telegráfico* ⁷ (lo hace de forma sintética, omitiendo elementos sintácticos y gramaticales como los artículos, preposiciones, etc.).

Los mediadores en las noticias de teletexto elaboran redaccionalmente los titulares indistintamente de forma normal y telegráfica.

En cuanto a la forma en que aparece el titular, también aparecen dos tipos de estructura diferenciados: una en la que el titular aparece encabezado por un tema, un lugar, un personaje, etc., separado generalmente por un signo de puntuación, que cotextualiza el resto de la información del titular, y que denominamos *Contexto-Titular*. Algunos ejemplos sobre esta forma de titulación ayudarán a entender mejor cuál es la manera en que los mediadores confeccionan este tipo de titulares:

Caso GAL: Barrionuevo y Vera serán procesados por el Tribunal Supremo.

Teresa de Calcuta: Miles de personas acuden a su entierro.

⁷ Esta fórmula de titulación telegráfica es usada con cierta frecuencia en la prensa norteamericana y de América latina, consiste en titular las noticias utilizando sólo verbos y sustantivos y prescindiendo de lo que algunos gramáticos franceses llaman “palabras vacías”, es decir, de los artículos, preposiciones y conjunciones.

Pámplona: Dos muertos en explosión de gas.

Generalmente el contexto, es decir la parte del titular que sirve para situar la información de la que se da cuenta en el resto del titular, suele aparecer diferenciada por el tipo de letra o por un color diferente al resto del titular.

La otra forma de titulación que se utiliza en el teletexto es la que se conforma de forma normal; se denomina en esta investigación *Titular*:

Barrionuevo y Vera serán procesados por el Caso GAL.

Multitudinario entierro de la madre Teresa de Calcuta.

Mueren dos personas en Pamplona por una explosión de gas.

En la mayor parte de los casos la estructura que se utiliza para titular en el teletexto es la de *Titular* normal, aunque también es relativamente frecuente, en torno al cuarenta por ciento de los casos, el uso de la forma *Contexto-Titular*.

Cuando los titulares utilizan la estructura Contexto-Titular, lo más habitual es que se utilice el lugar donde se producen los acontecimientos para contextualizar, seguido del titular propiamente dicho. También es habitual el uso de un tema como forma de contexto. Siendo menos probable que el mediador contextualice el titular con un lugar y un tema, o con un personaje.

El mediador elabora la referencia del titular ofreciendo información sobre determinadas clases de datos de referencia (Actores, Acciones, Roles, Espacios, Tiempos, Causas, Consecuencias y Fuentes). En la mayoría de los casos en el titular se ofrece información sobre dos clases

distintas de datos de referencia. También es relativamente frecuente que se utilicen tres tipos de datos de referencia en la confección del titular. Y es menos probable que se confeccione la referencia sobre cuatro tipos de datos o en torno a un solo tipo de dato de referencia.

En todos los casos analizados en la muestra se ofrece información relativa a las acciones en el titular de la noticia, esto obedece a la lógica de las noticias, ya que de lo contrario el titular carecería de sentido al omitir el hecho desencadenante del acontecer.

El mediador también utiliza en la gran mayoría de los casos (en más de ocho de cada diez noticias) la mención a los personajes a la hora de confeccionar los titulares en las noticias de teletexto.

En torno a uno de cada cinco titulares son confeccionados por el medio con referencias a los espacios en los que se desarrolla el acontecer.

Es poco frecuente que los titulares de las noticias de teletexto ofrezcan referencias al tiempo en el que se producen los hechos de los que se ofrece información por parte del mediador de teletexto. Y menos aún que se confeccione la referencia de los titulares en el teletexto ofreciendo datos relativos a la *causalidad*, la *consecuencialidad*, la función explícita de los personajes en el relato (roles) o a la adscripción de la información a una fuente informativa (entre el 1 y el 4% según los casos seleccionados a partir de la muestra).

Los titulares de las noticias de teletexto ofrecen habitualmente información sobre las ACCIONES y sobre los PERSONAJES.

6.2.1.1. Comparación de los titulares de Sumario y los titulares de Cuerpo.

Como hemos mencionado con anterioridad en todos los casos analizados en esta investigación que contienen titulares (1715 noticias), las noticias aparecen presentadas con un titular de Sumario y un titular de Cuerpo que encabeza la noticia.

En más de la mitad de los casos, los titulares de Sumario y de Cuerpo muestran una coincidencia idéntica, es decir, el mediador utiliza el mismo titular en la página del índice o Sumario que en el titular que precede al Cuerpo de la noticia. Mientras que en el 40% restante los titulares de Cuerpo y de Sumario son diferentes.

Cuando el titular de Sumario y de Cuerpo no coinciden, la diferencia puede ser de:

Forma. Sólo varía la forma en que el mediador ofrece la información que compone el titular, permaneciendo el mismo contenido.

Contenido. Cuando los titulares de Sumario y de Cuerpo ofrecen información sobre contenidos diferentes o tratan de referentes distintos.

Ambos. Cuando tanto en la forma de redacción como en el contenido informativo los titulares de Cuerpo y de Sumario son distintos.

En la mayor parte de los titulares de las noticias de teletexto la variación entre los titulares de Cuerpo y de Sumario se refiere a la forma, permaneciendo el mismo contenido informativo. También son relevantes,

aunque en menor medida los casos en que los titulares de Cuerpo y de Sumario varían en cuanto a su contenido

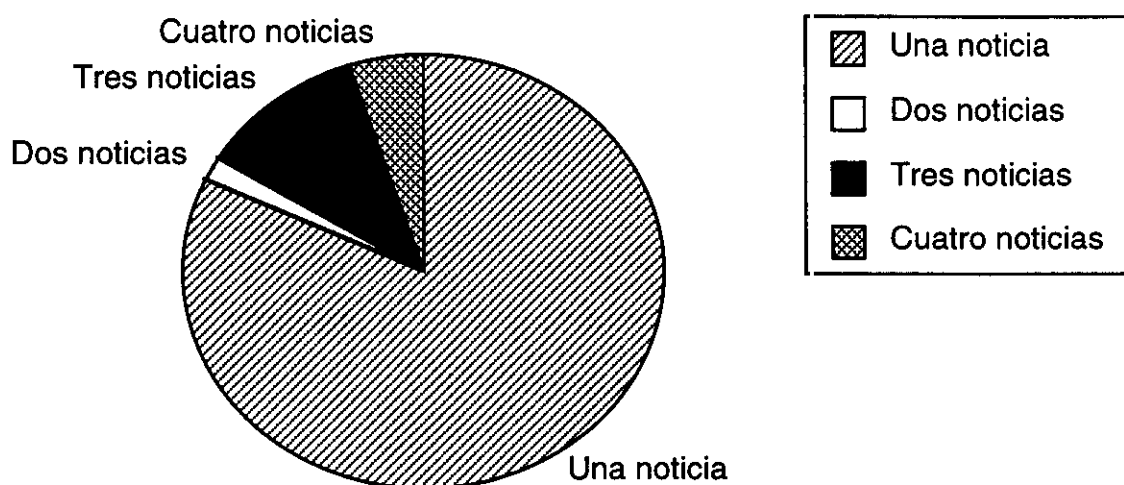
Y son muy poco frecuentes los casos en que los titulares de Cuerpo y de Sumario son distintos tanto en la forma como en el contenido.

6.2.2. El Cuerpo de las noticias de teletexto.

Otra de las características que el teletexto comparte con los medios impresos es la estructuración de su información en páginas. En el caso de la prensa se trata de páginas con un soporte papel, y en el teletexto se trata de páginas/pantallas electrónicas.

Tanto en los periódicos como en el teletexto en una misma página se puede dar cuenta de una sola noticia o de más de una noticia. En la prensa escrita es muy poco frecuente que una sola noticia ocupe toda una página del medio. Sin embargo en el teletexto, la práctica más habitual es dedicar una página completa del servicio a cada noticia.

Gráfico N°.1. Capítulo 6. Número de noticias por página.



Como se puede apreciar en el gráfico la gran mayoría de las noticias de teletexto se presentan ocupando una página/pantalla completa del servicio. Cuando el mediador decide agrupar varias noticias en una misma página suele hacerlo presentando tres noticias.

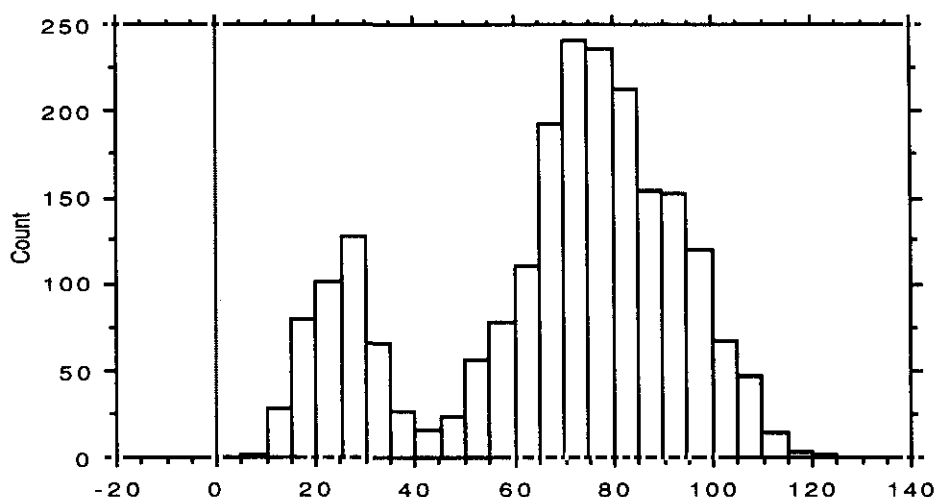
La decisión de que una noticia ocupe una página completa o que varias noticias compartan una misma página vendrá dada por la importancia que desde el medio se conceda a la noticia o noticias. En el caso de que la noticia sea considerada de relevancia se presentará a toda pantalla. Si por el contrario el mediador considera que la noticia no es lo suficientemente importante, o ha perdido parte de su vigencia informativa, entonces suelen aparecer agrupadas varias noticias en una misma página (cada una de estas noticias necesariamente deberá contener menor cantidad de información).

En todos los casos, las noticias que se presentan ocupando una página completa de teletexto, aparecen presentadas con un titular de Sumario y encabezadas por un titular de Cuerpo. Mientras que cuando varias noticias comparten una misma página, siempre son confeccionadas con ausencia de titulación (tanto de Sumario, como de Cuerpo).

Lo que entendemos por Cuerpo de la noticia es el desarrollo de la misma, por tanto, aparece en todas las noticias de teletexto. El hecho de limitar las noticias como máximo a una página de teletexto supone unas restricciones de espacio que limitan la cantidad de información con la que elaborar la noticia. De esta forma, el mediador encuentra problemas para confeccionar el cuerpo de la noticia. Como hemos dicho, las noticias de teletexto se presentan ocupando como máximo una página completa de

teletexto, por lo que el periodista o redactor de la información debe plegarse al espacio que tiene destinado para elaborar la noticia.

Gráfico N°.2. Capítulo 6.
Distribución del número de palabras que componen el cuerpo de las noticias de teletexto.



El Cuerpo de las noticias de teletexto, en cuanto al número de palabras que contiene, se corresponde con los dos grupos de noticias definidos anteriormente: Por un lado, las noticias que comparten página con otras noticias, utilizan para su elaboración como máximo cuarenta palabras, estando la mayoría entre veinte y treinta. Por otro lado, las noticias que ocupan una página completa de teletexto, que son elaboradas con un número que oscila entre cincuenta y ciento veinte palabras, confeccionándose la inmensa mayoría con un número de palabras que está entre sesenta y cien.

El modelo composicional de las noticias de teletexto, podemos resumir que responde a dos criterios diferenciados de confeccionar las noticias por parte del mediador:

1. *Noticias Ampliadas*. Aquellas noticias que son presentadas con un titular de Sumario, encabezadas por un titular de Cuerpo, y que en su

desarrollo (Cuerpo) ocupan una página completa del teletexto. Se denominan en esta investigación noticias Ampliadas (al tratarse de noticias más extensas), y utilizan en su elaboración en torno a setenta u ochenta palabras. Suponen la mayoría de las noticias de las que da cuenta el teletexto, en torno al ochenta por ciento de las mismas.

2. *Noticias Breves*. Son las noticias que carecen de titulación (tanto de Sumario, como de Cuerpo), y comparten varias una misma página. Al tener que compartir el espacio de una misma página para su desarrollo, se trata de noticias más breves que las anteriores. Elaboran su Cuerpo con un promedio de treinta palabras. Son menos frecuentes que las Ampliadas y suponen alrededor del veinte por ciento del conjunto de noticias del teletexto.

Las constricciones espaciales que el medio teletexto impone al radactor/mediador a la hora de elaborar la noticia, supone que sólo pueda ofrecer información relativa a unos datos de referencia en detrimento de otros, operando en la dimensión *novedad//banalidad*.

En cuanto a la confección de la referencia informativa de las noticias de teletexto, el primer nivel de análisis que proponemos en esta tesis doctoral se refiere a la presencia de información relativa a los tipos de datos de referencia: Acciones, Actores, Roles, Espacios, Tiempos, Causas, Consecuencias y Fuentes.

La confección de la referencia de la gran mayoría de las noticias ofrece información relativa a entre tres y seis clases distintas de estos datos de referencia. De las que la mayor parte corresponden a noticias que responden a cuatro o cinco tipos de datos diferentes.

Todas las noticias de teletexto contienen información relativa a las Acciones, ya que tratan al menos sobre un referente, que en nuestra concepción del análisis de la noticia siempre estará determinado por una acción. Las noticias de teletexto generalmente construyen su referencia accional ofreciendo datos sobre tres, cuatro o cinco acciones distintas. También son relativamente frecuentes las noticias que confeccionan su referencia en torno a una sola acción diferenciada.

Excepto en casos excepcionales, en el desarrollo de las acciones intervienen unos Actores como personajes del relato. Sólo en casos residuales se elaboran noticias con ausencia de actores, estos casos generalmente remiten a noticias sobre desastres naturales o pertenecientes a objetos de referencia relativos a la naturaleza. Al igual que sucede con las acciones, la mayor parte de las noticias de teletexto contienen información sobre dos, tres o cuatro actores distintos.

En más de la mitad de las noticias de teletexto son mencionadas explícitamente las funciones o roles de los actores en relación con los otros o con el entorno. Generalmente las noticias son confeccionadas ofreciendo información relativa a un solo rol diferente dentro del relato. Aunque menos frecuente, también es probable que puedan aparecer en una noticia, dos roles distintos asociados a los personajes.

Las noticias de teletexto que contienen al menos una referencia al tiempo constituyen la mitad del total de noticias de la muestra. En la mayor parte de estos casos las noticias se elaboran utilizando una sólo referencia a la temporalidad.

En más de dos de cada tres noticias que ofrece el teletexto, el mediador configura la información dando cuenta de la espacialidad geográfica en la que se desarrolla el objeto de referencia. Y generalmente, se confeccionan estas noticias con una sola referencia espacial.

Es poco frecuente que aparezcan en las noticias de teletexto datos sobre las causas de la noticia; cuando aparecen, siempre se ofrece una sola referencia causal.

Menos habitual todavía es la presencia de información relativa a la consecuencialidad (finalidad), y si aparece, se trata siempre de una sola referencia consecuencial.

En cuanto a la asignación total o parcial de la información de la noticia a una fuente informativa, en la mayor parte de los casos no aparece mencionada en la noticia. Cuando aparece información sobre la fuente en la gran mayoría de los casos se trata de una sola fuente informativa.

Podemos concluir afirmando que el teletexto en cuanto a la composición referencial (de datos de referencia) de la noticia utiliza generalmente modelos de rango para la representación del mundo que responden a las siguientes estructuras:

1. *Acción - Actor.*
2. *Acción - Actor - Rol.*
3. *Acción - Actor. Rol - Espacio.*
4. *Acción - Actor. Rol - Espacio - Tiempo*

Estas son las estructuras de datos de referencia más comunes, y se utilizan siguiendo un orden de mayor a menor frecuencia en las noticias de teletexto.

6.3. LA ESTRUCTURA REFERENCIAL DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

La *estructura referencial* de la información en el teletexto se define por la presencia de una o varias *unidades referenciales* dentro de una misma noticia. Las unidades referenciales serán las unidades que dentro de una misma noticia y de un mismo referente general, tienen sentido por si mismas y tomadas independientemente darían forma completa a un referente más concreto.

Las noticias de teletexto pueden componerse de una o varias unidades referenciales. La estructura referencial de las noticias de teletexto puede ser:

- Unirreferencial. Cuando una noticia contiene una sola unidad referencial para configurar una noticia.
- Multirreferencial. Cuando una noticia contiene más de una unidad referencial

Debido a la brevedad y las constricciones de espacio que impone el medio teletexto son casos muy aislados los de las noticias que puedan contener más de cuatro unidades referenciales. Por una cuestión de

economía funcional y de análisis se desestimaron las unidades referenciales superiores a cuatro en las noticias de la muestra.

La gran mayoría de las noticias de teletexto en la configuración de la información sobre el referente son unirreferenciales, frente a un 13% de ellas que son multirreferenciales.

Más de las tres cuartas partes de las noticias multirreferenciales configuran el referente con dos unidades referenciales, mientras que las que utilizan tres unidades referenciales suponen algo menos de una cuarta parte de este tipo de noticias de teletexto. Las noticias que introducen cuatro unidades referenciales para la explicación comunicativa de un referente son casos residuales.

La estructura de las noticias multirreferenciales supone nuevamente una toma de decisión por parte del mediador a la hora de decidir en que noticias debe darse cuenta de más de un hecho diferenciado. En la gran mayoría de los casos entre las distintas unidades referenciales de las que se da cuenta en una misma noticia existe un nexo de unión, que habitualmente remite a un *referente general* que engloba e integra la información de todos los referentes de la noticia, abarcando un campo temático más amplio.

El tratamiento que se hace de los distintos referentes en las noticias multirreferenciales suele estar condicionado por una jerarquización referencial, es decir, el mediador concede normalmente mayor importancia o da prioridad a uno de los referentes frente al resto.

Esta priorización suele ser fácilmente observable en la noticia, y vendrá impuesta en primer lugar por la titulación. Tanto el titular de

Sumario como el de Cuerpo remiten información en la práctica totalidad de los casos sobre el referente principal, obviando cualquier referencia a los referentes que podemos denominar secundarios. También sirve para distinguir cuál es el referente principal, la estructuración que presenta la información en la noticia. Generalmente, en las noticias multirreferenciales se da cuenta en el primer o en los primeros párrafos la información sobre el referente principal, quedando la parte final de la noticia para los referentes secundarios. En ocasiones la información sobre los referentes secundarios se limita tan sólo a una o dos líneas finales de la noticia.

Normalmente, la noticia dedica también mayor cantidad de información al referente principal que a los referentes secundarios.

En estos dos ejemplos de noticias multirreferenciales de teletexto se puede constatar cual es el modelo que utiliza el mediador a la hora de incluir en una misma noticia varias unidades referenciales.

Rusia creará un nuevo ejército de élite en el Cáucaso

El gobierno ruso ha anunciado la creación de un nuevo ejército de élite en el Cáucaso, pese a que su instalación viola el Tratado de Desarme Convencional en Europa, CFE, del que forma parte. Su creación se explica por " la situación complicada e inestable en el Cáucaso Norte, sobre todo en Chechenia".

Por otra parte, las tropas federales rusas en Chechenia han recibido la orden de cesar las operaciones militares a partir de las 00:00 horas del 1 de mayo próximo y previsiblemente, hasta el 10 de mayo, según ha anunciado el ministro de Defensa ruso, general Grachov.

Esta primera noticia consta de dos unidades referenciales perfectamente delimitadas. El referente principal corresponde a la creación de un ejército ruso en el Caúcaso. Dicho referente es el referente principal de

la noticia, debido a que se da referencia sobre él en el titular, su desarrollo se lleva a cabo en primer lugar y ocupa más espacio que el referente secundario.

El referente secundario sería el anuncio de un alto el fuego por parte de las tropas rusas en Chechenia.

Ambos referentes, tanto el principal como el secundario se enmarcan dentro de un referente general que es el de la guerra de Chechenia.

Es frecuente que para diferenciar las unidades referenciales el mediador recurra a expresiones como: Por otra parte, En otro sentido, Por otro lado, etc., que sirven para delimitar dichas unidades referenciales.

Consejo Rubalcaba: ETA aún tiene capacidad de matar

El ministro de Presidencia, Alfredo Pérez Rubalcaba, ha dicho, en rueda de prensa tras el Consejo, que son "importantísimos" los dos golpes contra ETA, aunque la banda tiene aún capacidad de matar.

Rubalcaba, además ha instado al PP a que explique su petición de constituir una comisión que investigue el caso Palomino.

El ministro de Economía, también presente en la rueda de prensa, propondrá el seguimiento mensual de gastos de cada ministerio.

La noticia de este segundo ejemplo consta de tres unidades referenciales perfectamente delimitadas, ya que cada referente ocupa un párrafo de la noticia. El referente principal correspondería al anuncio del portavoz del gobierno de que ETA todavía tiene capacidad para matar. Se trata del referente principal, ya que aparece mencionado en el titular, se le dedica un mayor espacio que al resto y es el referente que se desarrolla en primer lugar en la composición de la noticia.

Como particularidad esta segunda noticia incluye en el titular el referente general, que sería las medidas anunciadas por el Consejo de Ministros.

Este tipo de noticias multirreferenciales, aunque no son demasiado habituales, también aparecen en la prensa escrita; y se confeccionan de forma similar a las noticias del teletexto. Generalmente el referente principal aparece mencionado en el titular, se le dedica un mayor espacio que a los referentes secundarios, y normalmente, estos últimos aparecen desarrollados al final de la noticia. Asimismo, suelen utilizar expresiones similares a las que se utiliza en el teletexto (Por otra parte, En otro sentido, Por otro lado, etc.) para delimitar a los referentes secundarios.

Ha quedado planteado, aunque no se ha llevado a cabo el análisis de las estrategias mediadoras de las noticias multirreferenciales. El estudio de la selección de los objetos de referencia que forman estas noticias múltiples; el descubrimiento de las pautas seguidas por los mediadores en la jerarquización de dichos objetos; así como el análisis de los referentes generales, ofrece una interesante línea de investigación futura sobre las estrategias temático-mediadoras relativas a los objetos de referencia de los que dan cuenta las noticias de teletexto.

6.4. EL CONTACTO CON LA ACTUALIDAD DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

El mayor o menor contacto con la actualidad de las noticias de teletexto es otro de los aspectos de interés que se ha considerado en el análisis

de dichas noticias. A este contacto con la actualidad se le denomina en esta investigación Nivel de Actualidad, y da cuenta de los aspectos referenciales de las noticias de teletexto en cuanto a su *novedad/permanencia* en el medio.

En cuanto a su nivel de actualidad, las noticias del teletexto pueden ser:

- Actuales. Cuando la noticia contiene indicios suficientes para determinar que aparece por primera vez en el medio; es decir, es novedosa.

- Permanecen de Actualidad. Es el caso de las noticias que dan cuenta de referentes anteriormente mencionados, pero que por su relevancia continúan siendo de actualidad. Se trata de las noticias que ofrecen nuevos contenidos informativos sobre referentes que permanecen durante algún tiempo en el teletexto.

- No Consta Actualidad. Aquellas noticias en que no se puede determinar si son mencionadas por el medio por primera vez (Actuales), o pertenecen a referentes ya mencionados en otras ocasiones (Permanecen de Actualidad).

- No Actuales. Las noticias que han salido de la actualidad. Aquellos casos en que se ofrece información sobre referentes pasados o futuros, que no guardan relación con la Actualidad.

Las noticias que permanecen de actualidad podrían denominarse *noticias seriadas*, ya que se trata de información novedosa sobre determinados referentes que se mantienen de actualidad. Para que un referente se convierta en una noticia que permanece de actualidad es necesario que el mediador considere que la información que se sigue

ofreciendo sobre dicho referente sigue siendo de interés para la audiencia. Esto significa que el mediador debe decidir cuando un referente deja de permanecer de actualidad y por tanto cuando debe dejarse de informar sobre él.

Un estudio interesante que en esta tesis doctoral no se ha llevado a cabo sería el de analizar cuáles son los criterios o modelos de mediación que siguen los encargados de seleccionar las noticias que forman parte de la oferta de información del teletexto, a la hora de decidir que noticias deben permanecer de actualidad y durante cuanto tiempo.

Probablemente, los mediadores del teletexto decidan la permanencia o supresión de determinados referentes de su oferta informativa en función de los criterios seguidos por sus fuentes de información, que en la mayor parte de los casos corresponden a las agencias de noticias. Es decir, el teletexto seguirá dando cobertura informativa a determinados referentes, mientras éstos permanezcan vigentes para las agencias informativas de noticias de las que se suministran.

En la mayor parte de las noticias seleccionadas en esta investigación, en torno a cuatro de cada diez noticias del teletexto, el mediador ofrece información sobre referentes novedosos (estrictamente Actuales), que aparecen por primera vez a la escena informativa.

Las noticias que dan cuenta de referentes ya mencionados con anterioridad representan un tercio de los casos del total de la muestra.

En una cuarta parte de las noticias, el medio no ofrece suficiente información para poder discernir su nivel de actualidad, no se puede saber si son noticias Actuales o Permanecen de Actualidad.

En muy raras ocasiones el teletexto confecciona noticias cuyos referentes no tengan contacto con la Actualidad.

Se puede afirmar que las noticias de teletexto guardan en su inmensa mayoría un contacto mayor o menor con la actualidad; siendo excepcional que aparezcan mencionados referentes no actuales en el medio teletexto.

6.5. LA COMPOSICIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

El mediador de las noticias de teletexto confecciona la referencia sobre un determinado acontecer aportando información sobre una serie de datos de referencia que se pueden estructurar en torno a dos tipos de información:

1. Información Principal o Material Principal. Es la información diferenciadora del objeto de referencia. Son los datos básicos sin los cuales el objeto de referencia no existiría o sería otro.

2. Información Secundaria o Material Secundario. Puede aparecer o no. Es el material que complementa y amplía la información principal. Es información prescindible para la comprensión del objeto de referencia, pero sin la cual en ocasiones sería difícil entender completamente el objeto de

referencia. Este material secundario puede ser de tres tipos: Explicativo, De Cotexto y Alternativo.

Las noticias de teletexto que se elaboran sólo con información Principal, se las denomina *Noticias Sólo de Material Principal*; mientras que las que constan de material Principal y de material Secundario (Explicativo y/o Contexto y/o Alternativo) son denominadas *Noticias de Material Principal y Secundario*.

Todas las noticias de teletexto se confeccionan con información o Material Principal, ya que tratan sobre un determinado acontecer, y dicho material principal no es otra cosa que la información básica del objeto de referencia; sin la cual la noticia no existiría.

El mediador de teletexto elabora las noticias utilizando en la mayoría de los casos información o material secundario. Dicho material secundario, generalmente es de tipo explicativo, que es el que desarrolla el material principal encia con información de contexto. Y excepcionalmente el mediador introduce en la elaboración de la noticia material de tipo alternativo.

6.6. MODELO DE MEDIACIÓN DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

A la hora de abordar el análisis de cualquier producto comunicativo hay que tener en cuenta las dos tareas que operan sobre los dos planos diferenciados de mediación:

- Mediación Estructural. Diseña la forma del objeto comunicativo. Opera sobre la presentación y forma con que aparece la noticia en el teletexto, ofreciendo *modelos de producción de comunicación*. Obedece al *proceso de Rutinización* que realiza el medio manejando la dimensión relevancia//irrelevancia en la presentación de los datos de referencia

- Mediación Referencial. Opera sobre los relatos de los medios de comunicación ofreciendo *modelos de representación del mundo*. Actúa sobre la selección y tratamiento de los datos de referencia que se utilizan en la confección de las noticias del teletexto.

En estos dos planos de mediación se enmarcan, en el caso de las noticias de teletexto, todos los aspectos a los que hemos hecho referencia anteriormente (secciones, titulares, cuerpo, estructura referencial, nivel de actualidad y composición de la información).

Esta dicotomización entre mediación estructural y mediación referencial remite tradicionalmente a planos de actuación distintos por parte del mediador. Esta concepción propone el análisis diferenciado de los aspectos estructurales por un lado, y por otro el de los aspectos referenciales o comunicativos, de los productos comunicativos.

Los aspectos seleccionados para el análisis de los productos comunicativos, generalmente se encuadran en uno u otro plano de la mediación. Sin embargo esta forma de proceder, en ocasiones, limita o reduce las posibilidades de estudio de determinados aspectos del objeto de estudio. Así, por ejemplo, cuando hablamos de la tarea de adscribir una determinada noticia a una sección informativa, el mediador lleva a cabo una labor de mediación estructural, ya que el medio estructura u organiza sus

noticias en secciones. Pero, también se trata de una labor referencial o comunicativa, ya que el propio mediador tiene que decidir en cuál de las secciones que ofrece el medio debe incluir la noticia. Esta última decisión del mediador conlleva una compartimentación de la información sobre el mundo, y que puede tener consecuencias comunicativas diferentes si decide que una determinada noticia pertenezca a la sección Nacional o a la de Deportes.

Del mismo modo, el hecho de que en este caso el medio teletexto imponga unas restricciones espaciales que suponen que las noticias sólo puedan componerse con un número determinado de signos, requiere de una tarea de mediación estructural, que es la de confeccionar la noticia ajustándose al espacio que el medio destina para ello, ya sea Breve o Ampliada. Pero no es menos cierto que el hecho de tener que ajustar el desarrollo de una noticia a un determinado espacio requiere por parte del mediador un trabajo de selección de determinados datos de referencia en detrimento de otros a la hora de confeccionar la información de una determinada noticia. Lo que supone una labor de mediación referencial o comunicativa.

Así pues, el análisis de las noticias de teletexto se efectuará, no en función de que unos aspectos de dichas noticias remitan a uno u otro plano de mediación (estructural o comunicativa); sino a que determinados aspectos de las noticias puedan remitir tanto al nivel de mediación comunicativa, como al nivel de mediación estructural.

6.6.1. Aspectos Estructurales de las noticias de teletexto.

En cuanto a los aspectos relacionados con las tareas de mediación estructural, o lo que es lo mismo, con las restricciones impuestas a las noticias por las características del medio teletexto podemos dividirlos en torno a dos tipos de aspectos:

1. Los que tienen que ver con la *ubicación* de la noticia dentro del medio teletexto.

- Espacio que dedica el medio a las noticias.
- Estructuración de la noticia en páginas.
- Clasificación de las noticias en secciones.

2. Aquellos aspectos dependientes de la *composición* de la noticia llevados a cabo por parte del mediador.

- Elección del tipo de noticia para cada referente: Breve o Ampliada.
- Utilización de titulares: de Cuerpo y de Sumario.
- Número de palabras con las que se compone el titular de Sumario.
- Número de palabras con las que se compone el titular de Cuerpo.
- Número de palabras con las que se conforma el desarrollo o Cuerpo de la noticia.

El modelo de mediación del teletexto en España ofrece una doble tipología de hacer noticias en cuanto a su estructura formal:

1. Noticias compuestas sólo por el Cuerpo de la noticia, que carecen de titulares, son elaboradas por el mediador con un promedio de treinta palabras, y aparecen varias compartiendo una misma página. En esta investigación se denominan Noticias Breves.

2. Noticias compuestas por un titular de Sumario, un titular de Cuerpo y un Cuerpo de la noticia. Estas noticias son confeccionadas con mayor cantidad de información (un promedio de sesenta palabras), y cada una ocupa una página completa del servicio de teletexto. En esta investigación se denominan noticias Ampliadas, y son las que predominan en la oferta informativa del teletexto.

La decisión del mediador de construir la referencia informativa sobre un determinado acontecer en un modelo u otro de noticia, dependerá de la importancia o notoriedad que desde el servicio de teletexto se conceda al referente del que trata. Por tanto, la cantidad de información y el uso de la titulación en las noticias dependerá de la relevancia que conceda el medio a los objetos de referencia: a mayor importancia o noticiabilidad del hecho, mayor cantidad de información contendrá la noticia (ocupará una página completa) y se presentará con un titular de Sumario y un titular de Cuerpo; cuando el mediador considera que se trata de acontecimientos de menor importancia o que han perdido cierta noticiabilidad, se elaboran las noticias con menor cantidad de información, prescindiendo del uso de titulares, y se agrupan varias en una misma página del servicio.

ASPECTOS ESTRUCTURALES DE LAS NOTICIAS DE TELETETO

1 Noticias Breves

- Ausencia de Titulación
- Cuerpo de la Noticia
- Menor cantidad de información
(Promedio de treinta palabras)

2. Noticias Ampliadas

- Titulación de Sumario
- Titulación de Cuerpo
- Cuerpo de la Noticia
- Mayor Cantidad de información
(Promedio de sesenta palabras)

6.6.1.1. Los Titulares de las noticias de teletexto.

Las noticias Ampliadas aparecen confeccionadas siempre con un titular de Sumario y un titular de Cuerpo. Estos dos tipos de titulares suelen ser idénticos; cuando varían, lo más frecuente es que dicha diferencia se refiera a la forma pero no al contenido. Los titulares en el teletexto son muy breves y suelen contener entre cinco y diez palabras.

El estudio de los titulares en las noticias de teletexto se ha centrado sobre todo en los titulares de Cuerpo, que son los que encabezan el texto de la noticia. Dadas las restricciones de espacio que el medio impone a la elaboración de las noticias, y también a los titulares, el mediador frecuentemente a la hora de titular la noticia lo hace de forma telegráfica, prescindiendo de algunos elementos sintácticos como preposiciones, conjunciones, artículos, etc., sin que por ello pierda sentido.

La estructura de los titulares en el teletexto responde también a un doble modelo que coincide con las formas de titulación de otros medios:

- De los titulares de prensa. El teletexto titula como lo hace la prensa, con la salvedad de que en el teletexto no aparecen antetítulos ni subtítulos.

- De los titulares de las agencias de noticias. En el inicio del título aparece un dato que sirve para contextualizar el resto del titular. Ejemplo: Guerra Kosovo-La OTAN prosigue con los bombardeos. El teletexto se nutre frecuentemente de la información de agencias por lo que se puede pensar que toma el modelo de titulación de las mismas. Esta forma de

titulación Contexto-Titular, frente a la anterior que la denominamos Titular. Cuando se usa esta segunda forma de titular, se suele utilizar un lugar o un tema para contextualizar el resto del titular.

El uso de la titulación en los distintos medios puede tener la función de:

- Llamar la atención para que se consulte el resto de la noticia.
- Resaltar los aspectos más destacados de la noticia.
- Poner el énfasis por parte del mediador en algún aspecto de la noticia.

Debido a la brevedad de los titulares de teletexto, tan sólo suele ofrecerse información sobre dos tipos de datos de referencia, que normalmente son el qué (Acciones) y el quién (Actores). La construcción de los titulares en torno a estos dos datos remite a que la función de dichos titulares es la de dar cuenta de forma concisa del objeto de referencia del que trata la noticia.

6.6.2. Aspectos Referenciales de las noticias de teletexto.

Los aspectos de las noticias del teletexto que tienen que ver con las labores de mediación referencial encargadas al profesional de la información en cuanto a la selección y tratamiento comunicativo de los objetos de referencia, son los siguientes:

- Mat. Explicativo.
Mat. de Contexto
Mat. Alternativo

Las noticias que confeccionan su referencia informativa en torno a una sola unidad referencial (Unirreferenciales), suelen ser mayoritariamente noticias mencionadas por primera vez por el medio (Noticias Actuales), y que son confeccionadas utilizando material principal y Secundario. Mientras que las noticias que ofrecen información sobre dos o más referentes (Multirreferenciales) conforman en mayor medida su referencia con noticias que ya han sido mencionadas anteriormente, (Permanecen de Actualidad),y suelen contener únicamente material de tipo principal.

ASPECTOS REFERENCIALES DE LAS NOTICIAS DE TELETEXO

NOTICIAS UNIRREFERENCIALES	NOTICIAS MULTIRREFERENCIALES
<ul style="list-style-type: none">- Una sola Unidad Referencial- Objetos de referencia estrictamente Actuales- Material Principal y Secundario<ul style="list-style-type: none">+ Mat. Explicativo.- Mat. Contexto.-- Mat. Alternativo	<ul style="list-style-type: none">- Varias Unidades Referenciales (Jerarquización entre las Unidades)- Objetos de referencia que Permanecen de Actualidad (Noticias seriadas)- Material Principal

6.6.3. Articulación entre Estructura y Referencia en las noticias de teletexto.

El modelo de mediación de las noticias de teletexto en cuanto a la articulación entre las limitaciones formales impuestas por el medio, y los aspectos de selección y tratamiento de la referencia sobre los determinados acontecimientos de los que se da cuenta en la oferta de los servicios de teletexto, muestra las siguientes particularidades:

A priori, se podría pensar que las noticias Ampliadas al elaborarse con mayor cantidad de signos y de palabras que las noticias breves, ofrecerían información sobre más clases de datos de referencia. Sin embargo, del resultado del análisis se desprende que no es así. Los mediadores de teletexto confeccionan las noticias Ampliadas y las noticias Breves de la misma manera: ofrecen información sobre cuatro o cinco clases de datos de referencia diferenciados, siendo las estructuras más frecuentes:

Acción - Actor - Rol - Espacio.

Acción - Actor - Rol - Espacio - Tiempo.

Se puede afirmar entonces que las noticias breves son reproducciones a escala de las noticias ampliadas en cuanto a la composición de datos de referencia diferenciados.

- Las noticias Ampliadas son confeccionadas por el mediador en su gran mayoría con información de tipo Secundario. Mientras que las noticias Breves son elaboradas en mucha mayor medida Sólo con Material Principal. A mayor cantidad de información, las noticias de teletexto suelen

introducir material secundario, y a menor cantidad de información, las noticias prescinden del material secundario, y se limitan exclusivamente a la información básica.

ARTICULACION ESTRUCTURA-REFERENCIA DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO

Noticias Breves	Noticias Ampliadas
<ul style="list-style-type: none"> - Noticias Unirreferenciales - Menor cantidad de información - Información de tipo Principal 	<ul style="list-style-type: none"> - Noticias Unirreferenciales (aunque son más frecuentes las noticias Multirreferenciales) - Mayor Cantidad de información - Información de tipo Principal y Secundario

Información sobre las mismas
clases de datos de referencia:
Acción-Actor-Rol-Espacio
Acción-Actor-Rol-Espacio-Tiempo

CAPITULO 7.

LA CONSTRUCCION DE LA REFERENCIA EN LAS NOTICIAS DE TELETXTO:

ANALISIS DE LOS DATOS DE REFERENCIA.

Este capítulo remite al estudio mediacional de la referencia en las noticias de teletexto, centrándose en el análisis de los datos de referencia en cuanto a la selección y tratamiento que llevan a cabo los profesionales de los servicios de teletexto en España.

El periodista o redactor de noticias en el teletexto cuando se enfrenta al hecho de tener que confeccionar una noticia sobre un determinado acontecer, en primer lugar debe tener en cuenta las limitaciones espaciales que el medio le impone para poder confeccionar dicha noticia. Esta limitación de espacio condicionará la cantidad de información que va a ofrecer, por lo que deberá seleccionar sobre que aspectos del acontecer va a informar.

La selección y el tratamiento de la información de una determinada noticia deberá ajustarse, en primer lugar, a los criterios profesionales del periodista¹ (objetividad, veracidad, ofrecer la información necesaria para que

¹ Gargurevich aborda en su libro "Géneros Periodísticos" la técnica de redacción que debería seguir el periodista de las noticias en prensa, y que sería extrapolable a las noticias del teletexto: 1- Elección del hecho a cubrir de acuerdo a una escala de valores periodísticos. 2- Redacción del "lead" (o entrada) procurando contestar las preguntas clásicas: quién, qué, cuándo, dónde, cómo; y eventualmente por qué. 3- Redacción del resto de la información, llamado cuerpo de la noticia, en sistema de "piramide invertida", colocando los detalles del hecho en sucesión descendiente de importancia, dejando lo menos importante para el

la noticia sea comprendida por la audiencia, etc.); y en segundo lugar, a los intereses que puedan tener los receptores para estar correctamente informados. Todo ello sin poder desprenderse de las imposiciones e intereses del medio para el que trabaja.

Por tanto esta labor de selección y tratamiento de la información es una tarea compleja que condicionará la visión del mundo que vayan a tener las audiencias, y las representaciones que se formen sobre la realidad.

Cuando el periodista o mediador de teletexto elabora una noticia, lo hace ofreciendo información sobre determinados datos de referencia acerca de un determinado objeto de referencia susceptible de convertirse en noticia. En el caso de las noticias de teletexto, el análisis que proponemos para la confección de la referencia se circunscribe a la información relativa a los siguientes datos de referencia:

Acciones (Qué).

Actores (Quién).

Roles (Función explícita de los personajes).

Tiempos (Cuándo).

Espacios (Dónde).

Causas (Por qué).

final. En general se debe redactar pensando que la nota informativa podría ser cortada sin alterar su contenido noticioso, con datos suficientes para la comprensión de la noticia. 4- Abstención de opinión: sólo "hechos", procurando neutralidad. 5- Estilo literario conciso, claro, breve, usando palabras exactas. 6- Actualidad absoluta. GARGUREVICH, J. *Géneros periodísticos*. Quito. Belén, 1982, pág. 36-37.

Consecuencias (Para qué).

Fuentes (Quién lo dice).

Este análisis sobre la información que se ofrece en las noticias de teletexto relativa a estos datos de referencia nos ayudará a descubrir las claves y modelos que utilizan los mediadores de teletexto a la hora de confeccionar la referencia sobre los acontecimientos de los que da cuenta el medio.

El estudio de la confección de la referencia relativa a los datos de referencia en las noticias de teletexto se ha centrado en tres niveles de análisis:

1. Estudio de las características (variables) de cada cada clase de datos de referencia.
2. Articulación de los datos de referencia en función de los aspectos estructurales de la noticia.
3. Articulación de los datos de referencia en función de los aspectos Referenciales de la noticia

No se ha llevado a cabo la articulación de los datos de referencia en relación con el resto de clases de datos, por ejemplo, la relativa a los modelos combinatorios de ACTORES-ACCIONES-ROLES, ACTORES-FUENTES, TIEMPOS-ESPACIOS, etc., al no poder abarcar en una investigación como esta todos los aspectos referenciales, y debido también a las limitaciones de los programas informáticos a nuestro alcance. Los cruces y comparaciones de bases de datos con distinto número de elementos suponía

una grave dificultad en su tratamiento, y los resultados obtenidos no podrían considerarse mínimamente científicos.

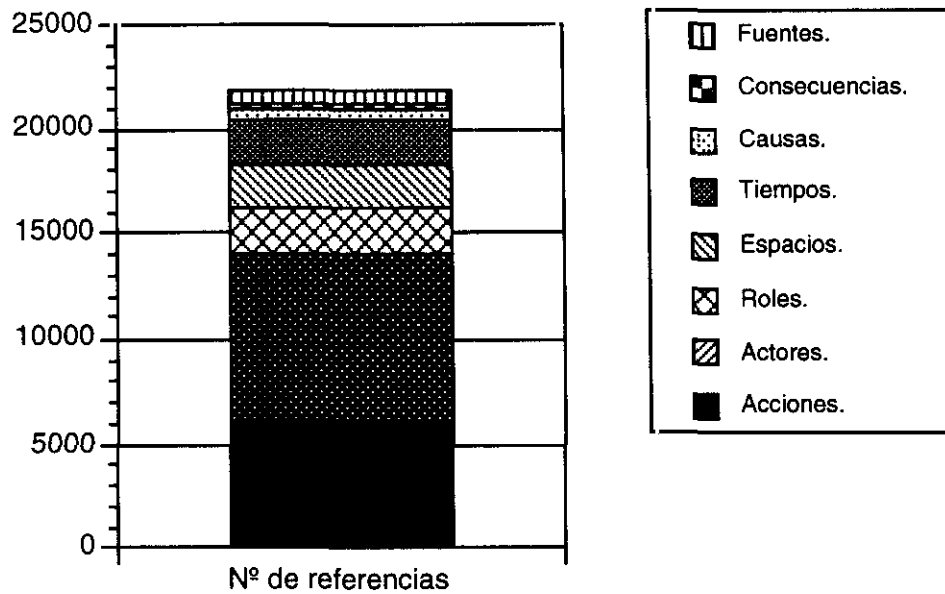
Por tanto el análisis de la articulación entre los distintos datos de referencia queda pendiente para otros trabajos de investigación, o para revisiones que se pudieran hacer sobre el estudio de las noticias del teletexto.

En las 2157 noticias que componen el universo general de nuestra investigación se recogió la información relativa a los ocho clases de datos de referencia citados anteriormente. De dicha recogida de datos se seleccionaron todas y cada una de las referencias distintas en cada una de las noticias. Así, se obtuvieron:

6136	Acciones.
7875	Actores.
2134	Roles.
2157	Espacios.
2157	Tiempos.
476	Causas.
345	Consecuencias.
494	Fuentes.

Este número de referencias es lo suficientemente amplio como para poder obtener los modelos estructurales e informacionales en los que se basa la confección y tratamiento de las noticias de teletexto en España. Así, el prototipo o modelo general de noticia del teletexto, entendida como la compilación o síntesis del total del conjunto de datos de referencia del universo que compone la muestra, podría quedar esquematizado en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 1. Capítulo 7.
Modelo Global de noticia de teletexto.



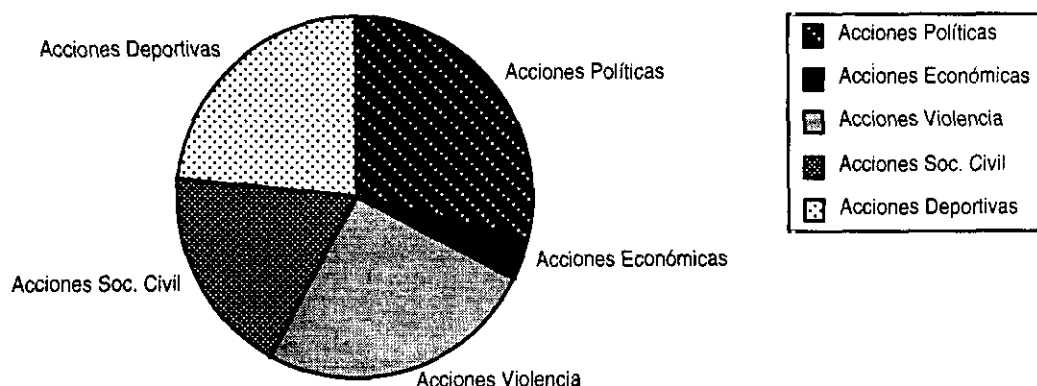
Este sería el modelo general de noticia del teletexto, que incluiría información sobre todos los datos de referencia seleccionados. Sin embargo, ya hemos dicho con anterioridad que debido principalmente a las limitaciones espaciales que impone el uso actual del medio, en muy raras ocasiones permite confeccionar las noticias por parte del mediador ofreciendo información acerca del conjunto de dichos datos.

7.1. ANALISIS DE LAS ACCIONES DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

7.1.1. Análisis de la Referencia relativa a las Acciones de las noticias de Teletexto.

El análisis de las acciones que desempeñan los personajes en las noticias de teletexto, en primer lugar, se ha llevado a cabo clasificando dichas acciones de acuerdo a los ámbitos temáticos a los que se refieren. (ver Anexos, Cuadro nº 1, Capítulo 7).

Gráfico Nº 2. Capítulo 7.
Distribución del ámbito de las acciones en las noticias de teletexto.



Las noticias de teletexto se confeccionan mayoritariamente con acciones de carácter político, seguidas de las relativas al ámbito de la violencia, los deportes y la sociedad civil. Siendo muy poco frecuentes los casos en que el mediador utiliza acciones relativas al mundo de la Economía para confeccionar las noticias.

En cuanto a la pertenencia de las acciones al ámbito de lo público o lo cotidiano, son algo más frecuentes en las noticias de teletexto las acciones

relativas al mundo de lo cotidiano, que los casos de acciones pertenecientes al mundo de lo público.

La mayoría de las acciones que utilizan los mediadores para confeccionar la referencia de las noticias son destinadas a la acción (Ejecutivas), y es relativamente poco frecuente que el mediador confeccione las noticias con acciones destinadas a la comunicación (Comunicativas).

La adscripción de las acciones a ámbitos temáticos no tiene porqué agotarse en el modelo *una acción-un ámbito*, sino que una misma acción puede remitir a uno o a varios ámbitos. Así, el análisis de las acciones de las noticias de teletexto en cuanto a la pertenencia a ámbitos temáticos responde a una doble tipología: acciones de *ámbito único* (cuando pertenecen a un solo ámbito), o a acciones de *ambito compartido* (una misma acción participa de más de un ámbito).

El siguiente cuadro recoge las interrelaciones entre los distintos ámbitos de la acción.

	Acciones Política	Acciones Economía	Acciones Violencia	Acciones Soc. Civil	Acciones Deportes	Acciones Público	Acciones Cotidiano	Acciones Expresiva	Acciones Ejecutiva
Acciones Política		218 9%.	833 36%.	483 21%.	48 2%.	2297 100%.	0 0%.	807 35%.	1490 65%.
Acciones Economía	218 55%.		54 14%.	13 3%.	15 4%.	394 100%.	0 0%.	91 23%.	303 77%.
Acciones Violencia	833 41%.	54 3%.		459 23%.	115 6%.	873 43%.	1163 57%.	504 25%.	1532 75%.
Acciones Soc. Civil	483 33%.	13 1%.	459 31%.		56 4%.	490 33%.	996 67%.	366 25%.	1120 75%.
Acciones Deportes	48 2%.	15 1%.	115 6%.	56 3%.		63 3%.	1797 97%.	158 9%.	1702 91%.
Acciones Público	2297 87%.	394 15%.	873 33%.	490 18%.	63 2%.		186 91%.	887 33%.	1762 67%.
Acciones Cotidiano	0 0%.	0 0%.	1163 33%.	996 29%.	1797 51%.	30 14%.		496 14%.	2991 86%.
Acciones Expresiva	807 58%.	91 7%.	504 8%.	366 26%.	158 11%.	887 64%.	496 35%.		
Acciones Ejecutiva	1490 31%.	303 6%.	1532 25%.	1120 24%.	1702 36%.	1762 37%.	2991 63%.		

Cuadro N° 1 Capítulo 7. Relaciones referenciales de los ámbitos de la acción en las noticias de teletexto.

Las acciones pertenecientes a los ámbitos de la política, de la economía, de la violencia y de la sociedad civil son en su mayor parte de *ámbito compartido*, es decir, participan de más de un ámbito temático. Mientras que las acciones temáticas relativas al ámbito de los deportes son en su gran mayoría de *ámbito único*, es decir, sólo son deportivas.

Las acciones de naturaleza política en uno de cada tres casos comparten ámbito con acciones relativas al mundo de la violencia. Siendo también frecuente que compartan ámbito con las pertenecientes a la temática de sociedad civil.

La mayoría de acciones económicas son al mismo tiempo políticas, y con menos frecuencia comparten ámbito con el mundo de la violencia.

En el caso de las acciones relativas al mundo de la violencia, en la mayor parte de los casos pertenecen también al ámbito político. Y son también relativamente frecuentes los casos asociados al mundo de la sociedad Civil.

Las acciones relativas al mundo de la sociedad Civil suelen relacionarse al mismo tiempo con los ámbitos político y violento.

La gran mayoría de las acciones deportivas sólo pertenecen al ámbito deportivo, en muy raras ocasiones comparten temática con otros ámbitos de la acción.

El conjunto de las acciones que desempeñan los personajes en las noticias de teletexto muestra que, la mayor parte de ellas comparten más de un ámbito temático. Cuando así sucede, lo más frecuente es que pertenezcan o estén relacionadas con el mundo de la política. Por otro lado, la gran mayoría de las acciones que se adscriben a un sólo ámbito temático, corresponden a acciones deportivas.

Por tanto se puede afirmar que las acciones de teletexto responden a un doble modelo:

-Acciones de ámbito compartido. Relacionadas mayoritariamente con la temática política.

- Acciones de ámbito único. Correspondientes al ámbito deportivo.

En cuanto a la pertenencia de las acciones al ámbito público o cotidiano, podemos decir que la práctica totalidad de las acciones políticas y económicas pertenecen al mundo de lo público. La mayor parte de las

acciones de violencia y sociedad civil corresponden al ámbito de lo cotidiano; y en el caso de las acciones relativas al deporte, la inmensa mayoría pertenecen al mundo de lo cotidiano, siendo muy poco probable que estén relacionadas con el mundo público.

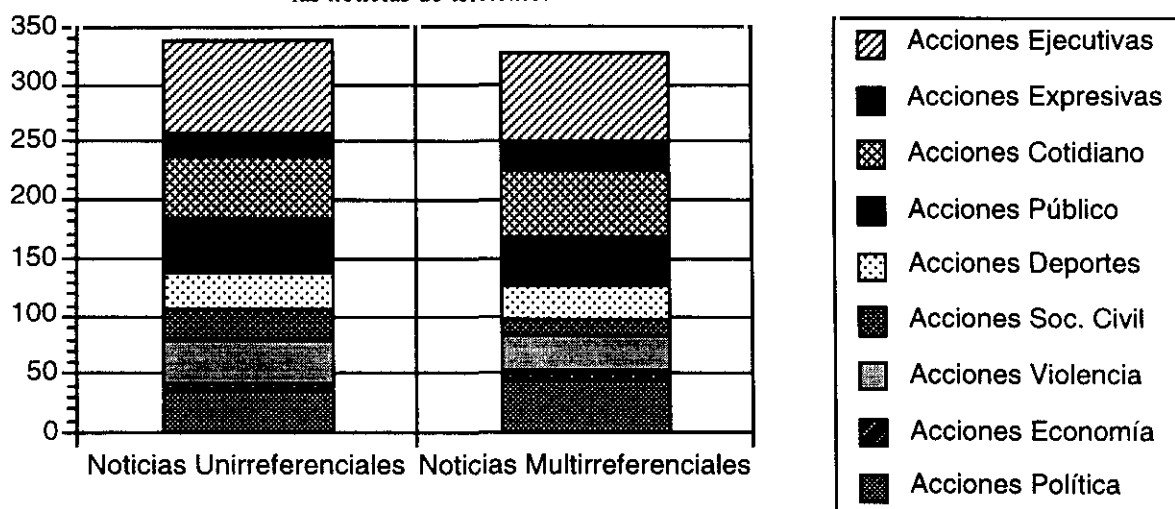
La mayor parte de las acciones expresivas corresponden al ámbito político, y también, aunque con menor frecuencia pertenecen al ámbito de sociedad civil.

En el caso de las acciones ejecutivas el mayor porcentaje aparece en las acciones deportivas, seguido de las políticas, y en menor medida pertenecen a los ámbitos de violencia y de sociedad civil.

7.1.2. Análisis de las Acciones con respecto a los aspectos Referenciales de la noticia.

El primer nivel de análisis de las acciones en cuanto a los aspectos referenciales de las noticias de teletexto se refiere a la estructura referencial de las noticias de teletexto (ver Anexos, Cuadro 2, Capítulo 7.), y se sintetiza en el gráfico que aparece a continuación.

Gráfico N° 3. Capítulo 7.
Distribución de los ámbitos de la acción según la estructura referencial de las noticias de teletexto.

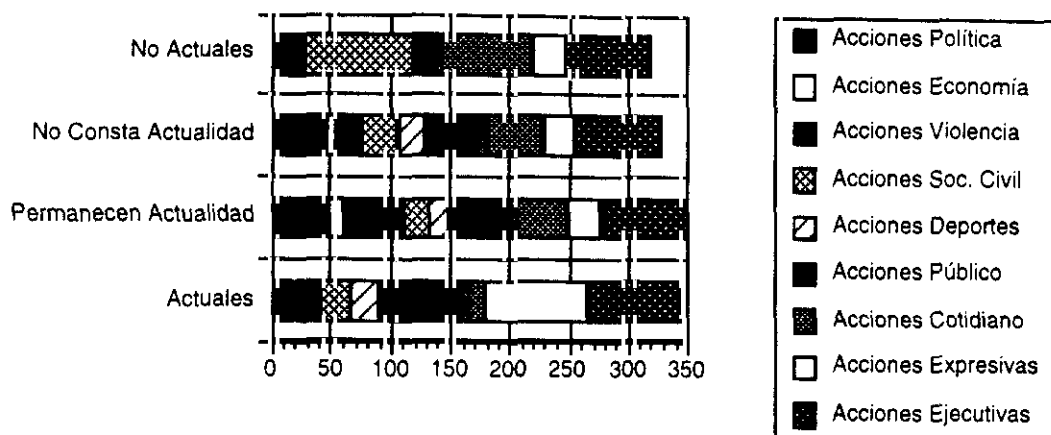


Tanto las noticias Unirreferenciales, como las Multirreferenciales, incluyen con más frecuencia acciones relativas al ámbito político, seguidas de las pertenecientes a los ámbitos temáticos de la violencia, los deportes y la sociedad civil. Siendo muy poco habitual que ambos tipos de noticias confeccionen su referencia informativa con acciones pertenecientes al ámbito económico. Ambos tipos de noticias son confeccionadas en la mayor parte de los casos con acciones ejecutivas relativas al mundo de lo público.

La confección de la referencia informativa relativa a las acciones de las noticias de teletexto no depende de la estructura referencial, es decir, no depende de que las noticias ofrezcan información sobre un solo referente (Noticias Unirreferenciales) o sobre más de un referente (Noticias Multirreferenciales).

El estudio de las acciones en cuanto al contacto con la actualidad de las noticias en las que aparecen (ver Anexos, Cuadro 3, Capítulo 7) queda representado en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 4. Capítulo 7.
Distribución de los ámbitos de la acción según el nivel de actualidad de las noticias de teletexto.



Las noticias estrictamente actuales, es decir, aquellas que aparecen mencionadas por primera vez en el medio, se elaboran mayoritariamente con acciones relativas al mundo del deporte. Menos frecuentes son los casos en que el mediador confecciona las noticias actuales con acciones de sociedad civil, violencia y política. Y no suelen utilizarse acciones económicas en las noticias actuales.

Las noticias que Permanecen de Actualidad, aquellas que ya han aparecido con anterioridad en el medio, incluyen mayoritariamente acciones relativas al mundo de la violencia y de la política. Con menos frecuencia se confecciona su referencia con acciones deportivas y de sociedad civil. Y en muy pocas ocasiones utilizan acciones económicas.

Los casos en que se trata de noticias en que no se puede discernir su contacto con la actualidad (No Consta Actualidad), utilizan con mayor frecuencia acciones referidas al mundo de la política. Es menos habitual el uso de acciones de sociedad civil, violencia y deportes. Y mucho menos frecuente la confección de noticias en las que no consta su actualidad con acciones económicas.

Las noticias que han salido de la actualidad (No Actuales), aparecen muy raramente en el teletexto. Cuando aparecen, en la práctica totalidad de los casos se elaboran con acciones del ámbito de la sociedad civil.

Las noticias de las que el teletexto da cuenta por primera vez (estrictamente actuales) confeccionan su referencia sobre todo con acciones deportivas. Aquellas que ofrecen nueva información sobre temas que ya han aparecido en el teletexto, incluyen en la mayor parte de los casos acciones del ámbito de la violencia y de la política. Y las noticias en que no puede discernirse si es la primera vez que aparecen en el medio o ya han sido mencionadas por él, son elaboradas mayormente con acciones políticas.

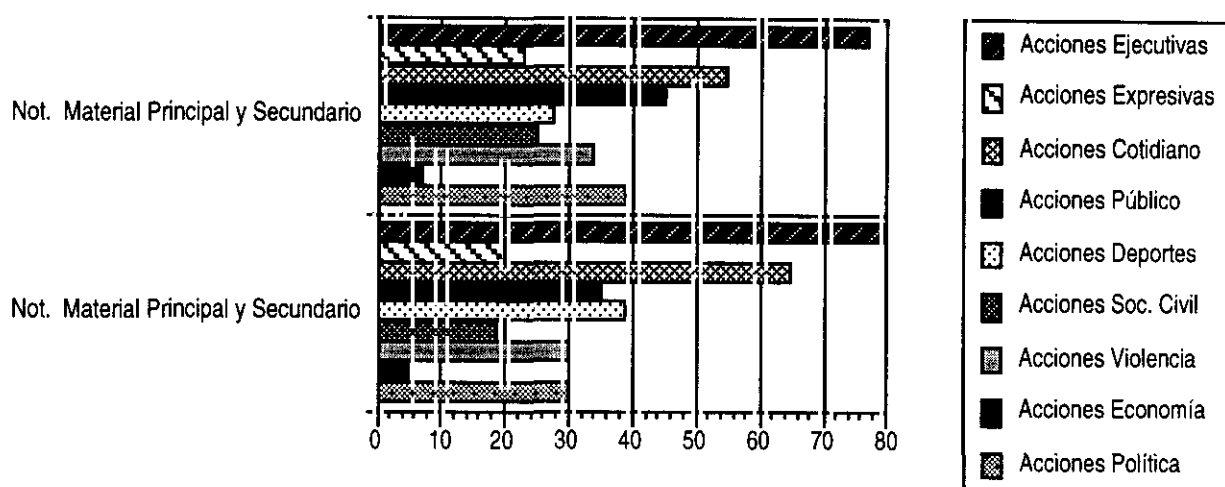
El nivel de actualidad de las noticias en relación con el ámbito público o privado de las acciones con las que elaboran su referencia, muestra que el mediador elabora las noticias Actuales utilizando en la mayoría de los casos acciones pertenecientes al mundo de lo cotidiano. Mientras que las acciones que Permanecen de Actualidad y las que No Consta Actualidad, en más de la mitad de sus casos elaboran sus contenidos con acciones relativas al ámbito de lo público.

Con independencia del contacto con la actualidad de las noticias de teletexto, en todos los casos se utilizan con mucha mayor frecuencia acciones

de tipo ejecutivo, siendo poco frecuentes las elaboradas con acciones expresivas. Si bien las noticias estrictamente actuales utilizan en mucha mayor medida acciones ejecutivas que el resto de tipo de noticias.

El estudio de las acciones en cuanto al tipo de material (Sólo Principal, o Principal y Secundario) con el que el mediador elabora las noticias de teletexto, (ver Anexos, Cuadro 4, Capítulo 7) se sintetiza en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 5. Capítulo 7.
Distribución de los ámbitos de la acción según la estructura de la información de las noticias de teletexto.



Las noticias que sólo incluyen en su redacción material de tipo Principal utilizan con mayor frecuencia acciones de tipo deportivo. También es habitual que se confeccionen con acciones políticas y de violencia. En menor medida utiliza el mediador las acciones de sociedad civil. Y es muy poco probable que las noticias de material Principal contengan acciones económicas.

Las noticias confeccionadas con material Principal y Secundario incluyen en la mayoría de los casos acciones políticas y de violencia. Con

menos frecuencia aparecen acciones relativas al mundo de los deportes y de la sociedad civil. Y no es habitual que contengan acciones económicas.

Las noticias que estructuran o confeccionan su información sólo con material de tipo principal utilizan más frecuentemente acciones deportivas, y también acciones políticas y de ámbito violento. Sin embargo, las noticias elaboradas con material principal y secundario incluyen mayoritariamente acciones políticas y de violencia.

En cuanto al ámbito público o privado de las acciones, tanto en las noticias de material Principal, como en las de material Principal y Secundario, son más frecuentes las acciones relativas al mundo de lo cotidiano que al de lo público. Siendo más habituales en las noticias elaboradas sólo con material principal.

Tanto las noticias elaboradas sólo con material Principal, como las que contienen material Principal y Secundario, utilizan con mucha mayor frecuencia acciones ejecutivas, que acciones comunicativas.

Las noticias de teletexto confeccionadas por el mediador con material secundario de tipo explicativo (ver Cuadro nº 5. Capítulo 7), incluyen con mayor frecuencia acciones políticas. También son habituales las confeccionadas con acciones de violencia. Menos frecuentes son las que contienen acciones deportivas y de sociedad civil. Y no es habitual que el mediador confeccione las noticias de material explicativo con acciones sobre economía.

Cuando el mediador prescinde del material explicativo a la hora de confeccionar las noticias de teletexto, utiliza con más frecuencia acciones

deportivas. También son relativamente frecuentes las acciones de política, violencia y de sociedad civil. Y son muy poco frecuentes las acciones económicas.

En más de la mitad de los casos de noticias que contienen material explicativo, se incluyen acciones relativas al mundo de lo cotidiano; mientras que es menos frecuente el uso de acciones pertenecientes al mundo de lo público. Lo mismo sucede en las noticias que carecen en su elaboración de material explicativo, si bien en éstas son todavía más frecuentes las acciones relativas al mundo de lo cotidiano.

Tanto si las noticias se elaboran con material explicativo como si carecen de él, se confeccionan mayoritariamente con acciones de tipo ejecutivo, en detrimento de las acciones expresivas. Siendo más frecuentes las acciones ejecutivas en las noticias que no contienen material explicativo en su elaboración.

Las noticias que componen su referencia informativa con material explicativo utilizan más frecuentemente acciones de ámbito político, y en menor medida acciones relativas al mundo de la violencia. En cuanto al ámbito público o privado de sus acciones, incluyen ligeramente con más frecuencia acciones correspondientes al ámbito de lo cotidiano que al ámbito de lo público; y utilizan en mucho mayor porcentaje acciones ejecutivas que comunicativas.

Las noticias elaboradas por el mediador con material secundario de contexto (ver Anexos, Cuadro nº 6. Capítulo 7), utilizan en la mayor parte de los casos acciones referidas al mundo de la violencia. Es menos habitual

que aparezcan acciones deportivas, y todavía menos frecuentes las acciones de sociedad civil y de política. Y es muy raro que el mediador introduzca acciones económicas.

Cuando las noticias son elaboradas prescindiendo del material de contexto la gran mayoría de sus acciones pertenecen al ámbito político. Son poco frecuentes las acciones deportivas, de violencia y de sociedad civil. Y no son habituales las acciones económicas.

Tanto las noticias elaboradas con material de contexto, como las que no contienen dicho material, incluyen mayormente acciones pertenecientes al mundo de lo cotidiano, que al mundo de lo público.

Con independencia de si la noticia contiene material de contexto o no, la mayor parte de las acciones son ejecutivas. Si bien son más frecuentes las acciones ejecutivas en las noticias que se elaboran con material de contexto.

Las noticias que componen su referencia informativa con material de contexto incluyen más frecuentemente acciones de ámbito de la violencia. En cuanto al ámbito público o privado de sus acciones, utilizan con más frecuencia acciones correspondientes al ámbito de lo cotidiano que al ámbito de lo público; y son elaboradas mayoritariamente con acciones ejecutivas.

Las noticias en que el mediador introduce información secundaria de tipo alternativo (ver Anexos, Cuadro nº 7. Capítulo 7), utilizan con más frecuencia acciones políticas y deportivas. También son relativamente

frecuentes las acciones de violencia y de sociedad civil. Y son poco frecuentes las acciones económicas.

Cuando las noticias carecen en su elaboración de material alternativo, utilizan más frecuentemente acciones políticas, seguidas de acciones de violencia y deportivas. En menor medida introducen acciones de sociedad civil. Y es poco frecuente que contengan acciones de economía.

En más de la mitad de los casos, tanto de noticias con material alternativo, como las que no lo contienen, se utilizan acciones relativas al mundo de lo cotidiano.

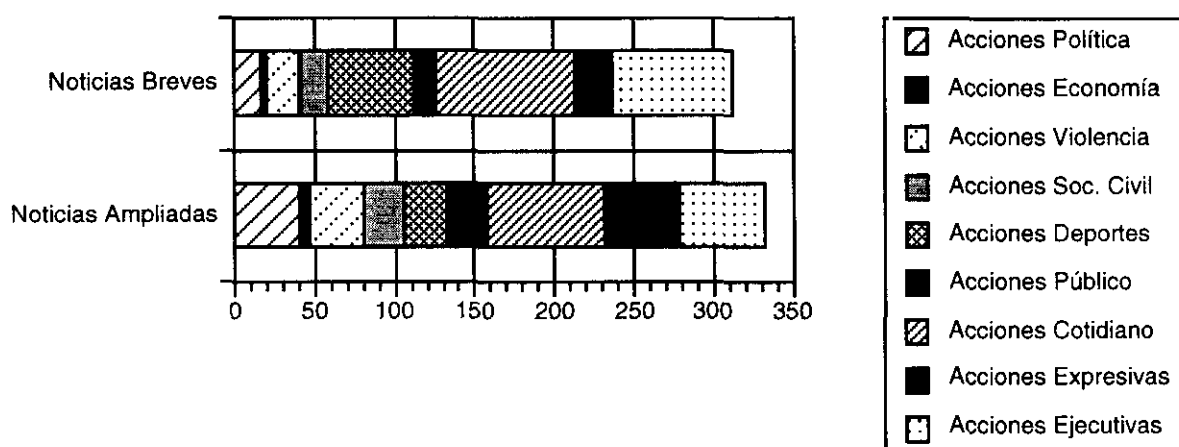
Con independencia de si las noticias se elaboran con material alternativo o no, son mucho más frecuentes las acciones de tipo ejecutivo, que las acciones comunicativas o expresivas.

Las noticias que componen su referencia informativa con material alternativo utilizan más frecuentemente acciones de ámbito político y deportivo, y en menor medida acciones relativas al mundo de la violencia y la sociedad civil. En cuanto al ámbito público o cotidiano de sus acciones, incluyen con más frecuencia acciones correspondientes al ámbito de lo cotidiano que al ámbito de lo público; y utilizan en mucho mayor porcentaje acciones ejecutivas que comunicativas.

7.1.3. Análisis de los aspectos estructurales relativos a las Acciones de las noticias de Teletexto

El análisis de las acciones en relación con los aspectos estructurales o mediacionales, en primer lugar, remite a la cantidad de información con la que se elaboran las noticias de teletexto. (ver Anexos, Cuadro 8, Capítulo 7).

Gráfico N° 6. Capítulo 7.
Distribución de los ámbitos de la acción según la extensión de las noticias de teletexto.



Las noticias Ampliadas utilizan con más frecuencia en la elaboración de la referencia acciones políticas; seguidas de las acciones de violencia. En menor medida incluyen acciones deportivas y de sociedad civil. Y son muy frecuentes las acciones sobre economía.

Cuando las noticias son Breves, la mayor parte de las acciones que incluye el mediador corresponden al ámbito de los deportes. Siendo menos frecuentes las acciones de violencia, política y sociedad civil. Las acciones económicas son muy poco frecuentes en las noticias Breves.

Las noticias que por su extensión denominamos ampliadas utilizan mayoritariamente acciones de naturaleza política, mientras que las noticias breves son elaboradas en mayor medida con acciones relativas al ámbito deportivo.

Algo más de la mitad de las acciones de las noticias ampliadas corresponden al mundo de lo cotidiano, frente al resto que pertenecen al mundo de lo público.

En el caso de las noticias Breves, la gran mayoría de sus acciones corresponden al mundo de lo cotidiano.

Con independencia de la extensión de las noticias, la mayor parte de las acciones de las noticias son de tipo ejecutivo. Las acciones ejecutivas son utilizadas con mucha mayor frecuencia en las noticias Breves que en las Ampliadas.

Las acciones relativas a los ámbitos público y cotidiano se utilizan en una proporción similar en la confección de las noticias ampliadas. Las noticias breves, sin embargo, elaboran su información mucho más frecuentemente con acciones pertenecientes al mundo de lo cotidiano. Y en ambos tipos de noticias se utilizan sobre todo acciones de tipo ejecutivo.

El segundo lugar, la clasificación de las noticias de teletexto en secciones como aspecto estructural del análisis en relación con las acciones con las que los mediadores confeccionan la referencia, (ver Anexos, Cuadro 9, Capítulo 7), muestra las siguientes características:

Las noticias incluidas en la sección de Cultura utilizan en la inmensa mayoría de los casos acciones relativas a la sociedad civil.

Las noticias de la sección de Curiosas se confeccionan mayoritariamente con acciones de sociedad civil y en menor medida de violencia.

La práctica totalidad de las noticias de Deportes contienen acciones deportivas.

La sección de Ecología confecciona sus noticias con acciones relativas a la sociedad civil en la inmensa mayoría de los casos, siendo también relativamente frecuentes las acciones políticas.

Las noticias pertenecientes a la sección de Economía se confeccionan en la mayor parte de los casos con acciones políticas y económicas.

La mayor parte de las acciones de las noticias de Internacional corresponden al ámbito de la política y la violencia.

La sección de Local confecciona sus noticias con acciones políticas y de sociedad civil en la mayor parte de los casos.

Las noticias de Nacional confeccionan su referencia habitualmente con acciones política y de violencia.

Las inmensa mayoría de las acciones con las que el mediador confecciona sus noticias en la sección de Sociedad, pertenecen al ámbito de la sociedad civil.

Las noticias pertenecientes a la sección de Sucesos se elaboran con acciones de violencia y de sociedad civil.

La práctica totalidad de las noticias de la sección de Toros utilizan acciones relativas a la sociedad civil.

Las secciones en que el teletexto estructura espacial/temáticamente su información determinan la construcción de la referencia de las acciones en cuanto a que las noticias de cada sección utilizan mayoritariamente acciones que por su temática les son afines. Así, las noticias de Nacional e Internacional utilizan sobre todo acciones políticas, la sección de Sociedad confecciona sus noticias en mayor medida con acciones relativas a la sociedad civil o las noticias de sucesos confeccionan su referencia más habitualmente con acciones de naturaleza violenta.

Las noticias de las secciones de Nacional, Internacional y Local elaboran su referencia accional más habitualmente con acciones pertenecientes al mundo de lo público. Frente a las noticias del resto de las secciones que la elaboran con acciones relativas al ámbito de lo cotidiano, especialmente las noticias de la sección de deportes.

Con independencia de la sección en la que se ubiquen por parte del medio o mediador las noticias de teletexto, en todos los casos se confeccionan mayoritariamente con acciones de tipo ejecutivo.

7.2. ANALISIS DE LOS ACTORES DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO

La práctica totalidad de noticias de teletexto son confeccionadas por el mediador ofreciendo información sobre los actores que intervienen en el desarrollo del acontecer. En esta investigación se han obtenido 7875 actores diferenciados.

7.2.1. Análisis de la referencia de los actores de las noticias de teletexto.

El análisis de los actores, se ha llevado a cabo en esta tesis atendiendo a los siguientes aspectos referenciales:

1. Naturaleza del actor. Actores Humanos u Organizaciones.
2. Género del actor. Actores Masculinos, Femeninos, Indefinidos o No Procede el género.
3. Individualización. Actores Individuales o Colectivos.
4. Institucionalidad. Actores Institucionales o No Institucionales.

5. Identificación. Actores definidos por su Nombre, por su Función, o por Ambos.

6. Singularidad. Actores presentados en Singular o en Plural.

1. Naturaleza de los actores en las noticias de teletexto.

Las noticias de teletexto incluyen en mayor número actores de naturaleza humana, siendo menos frecuentes aquellos que corresponden a actores organizacionales.

Los actores humanos en el teletexto son generalmente masculinos, de naturaleza individual, no pertenecen al plano de las instituciones públicas, y son presentados por su nombre (no por su función en la noticia) en forma singular.

Los actores organizacionales en el teletexto corresponden a actores en que no procede generalmente su género, son de naturaleza colectiva, que pertenecen al plano de las instituciones públicas, y son presentados por su nombre (no por su función en la noticia), en forma singular.

2. Género de los actores en las noticias de teletexto

La mayor parte de los actores que devienen personajes en las noticias de teletexto, pertenecen al género masculino; son relativamente frecuentes los casos en que no procede aplicarles el género, y es bastante infrecuente que correspondan al género femenino e indefinido.

Los actores de género masculino en la gran mayoría de los casos, son de naturaleza humana, corresponden a actores individuales, no pertenecen al plano de las instituciones, son definidos por su nombre, y son presentados por el mediador en forma singular.

Los personajes femeninos en la mayor parte de los casos son actores humanos, individuales, que pertenecen al plano no institucional, definidos por su nombre y presentados en singular.

Los actores cuyo género es indefinido, generalmente corresponden a actores de naturaleza humana, individuales, no pertenecen al mundo de las instituciones, son definidos por su función en la noticia y presentados en plural.

3. Individualización de los actores en las noticias de teletexto

La gran mayoría de los actores de las noticias de teletexto corresponden a personajes de naturaleza individual; los actores colectivos son poco frecuentes en el teltexto.

La mayor parte de los personajes individuales son de naturaleza humana, de género masculino, no pertenecen al plano institucional, son identificados por su nombre, y suelen ser presentados por el mediador en singular.

En el caso de los actores colectivos, la mayoría de los casos corresponde a personajes que son organizaciones, en la mayor parte no procede su género, son mayoritariamente institucionales, definidos por su nombre y presentados en singular.

4. Institucionalidad de los actores en las noticias de teletexto

Algo más de la mitad de los actores de las noticias de teletexto corresponden al plano institucional, frente al resto (47%) que se trata de personajes no institucionales.

Los actores relativos o relacionados con el mundo de las instituciones públicas coinciden en similar medida con actores individuales y organizacionales, generalmente no procede su género o son masculinos, de naturaleza individual, y son presentados por su nombre de forma singularizada.

En el caso de los personajes que no pertenecen al plano institucional, la mayor parte corresponden a actores de naturaleza humana; pertenecen al género masculino; en algo más de la mitad de los casos son personajes colectivos, que vienen definidos por lo general por su nombre y son presentados por el mediador en singular.

5. Identificación de los actores en las noticias de teletexto

La gran mayoría de los actores que aparecen en las noticias de teletexto, son presentados por el mediador por su nombre y mucho menos frecuentemente vienen definidos por su función dentro de la noticia, es decir por lo que son o hacen.

Los actores identificados por el mediador por su nombre, en más de la mitad de los casos corresponden con actores de naturaleza humana, que son individuales. En la práctica totalidad son actores de género masculino.

También en algo más de la mitad de los casos corresponden con actores institucionales. Y en prácticamente la totalidad son presentados en singular.

Cuando los personajes son presentados por su función, por lo que son o hacen en la noticia, corresponden sobre todo con actores humanos, de naturaleza colectiva, indefinidos en cuanto a su género, que pertenecen al plano institucional, y son presentados en plural.

6. Singularidad de los actores en las noticias de teletexto

En la mayor parte de los casos el mediador utiliza la forma singular para presentar a los actores en la confección de las noticias de teletexto, mientras que un 40% de los actores son presentados en plural.

Los personajes presentados en singular, en más de la mitad de los casos son de naturaleza humana, y corresponden a personajes colectivos. Se trata sobre todo de personajes masculinos, relacionados con el ámbito institucional, y que son presentados por su nombre.

Cuando los actores son presentados en plural, en la inmensa mayoría de los casos son de naturaleza humana y corresponden a actores colectivos. Es más frecuente que se trate de personajes con género indefinido, que pertenecen al plano no institucional. Y son definidos en la gran mayoría de los casos por lo que son o hacen en la noticia en que aparecen, y raramente por su nombre.

7.2.2. Análisis de los Actores con respecto a los Aspectos Referenciales de la noticia.

El análisis de los actores en cuanto a los aspectos referenciales de las noticias en las que aparecen, remiten básicamente a los modelos que exponemos a continuación.

1. Referencialidad de la noticia (Noticias Unirreferenciales y Noticias Multirreferenciales)

El mediador de teletexto confecciona la referencia informativa relativa a los actores de forma similar ya se trate de noticias que ofrecen información sobre un sólo referente o de aquellas que contienen datos sobre más de un referente.

Utilizan en mayor medida personajes humanos, cuyo género es el masculino, son de naturaleza colectiva, y pertenecen al plano de las instituciones públicas. Generalmente se trata de actores identificados en el relato de la noticia por su nombre y presentados en singular.

El tratamiento de los personajes en el teletexto no depende de la estructura referencial de la noticia.

2. Nivel de Actualidad de de la noticia.

Las noticias estrictamente Actuales (aquellas que aparecen por primera vez en el medio) son elaboradas en mayor medida por el mediador con actores masculinos, cuya naturaleza es colectiva, aunque también son relativamente frecuentes los de naturaleza individual. Estas noticias son elaboradas generalmente con actores no institucionales, que son identificados por su nombre en forma singular.

Las noticias que ya han aparecido anteriormente en el medio (Permanecen de Actualidad) y las que no se puede conocer si son actuales o permanecen de actualidad (No Consta Actualidad) confeccionan la información relativa a los actores de forma semejante: contienen sobre todo actores humanos, de género masculino y en menor cuantía actores en que no procede su género. En cuanto a su individualidad, contienen generalmente actores colectivos. En la mayor parte de los casos se trata de personajes relativos o pertenecientes al plano institucional público; que vienen identificados en la noticia por su nombre, y son presentados de forma singularizada.

3. Estructura de la Información (Sólo Información Principal o Información Principal y Secundaria).

Las noticias en que el mediador decide confeccionar la referencia exclusivamente con la información básica (noticias Sólo de Información Principal) suelen incluir más frecuentemente actores humanos de naturaleza masculina. También son más frecuentes los actores colectivos, aunque son relativamente habituales los actores individuales. En cuanto a la relación de

los actores con el plano institucional, en algo más de la mitad de los casos se utilizan actores que no guardan relación con las instituciones públicas. La mayor parte de los actores de las noticias Sólo de Material Principal son identificados por su nombre y presentados en singular.

Las noticias que se elaboran incluyendo por parte del redactor de noticias de teletexto información de tipo principal y de tipo secundario, contienen normalmente un mayor porcentaje de actores humanos, masculinos, colectivos, de carácter institucional, que son presentados por su nombre, y en forma singular.

4. Tratamiento de la información secundaria (Material Explicativo, de Contexto o Alternativo).

El tratamiento de la información secundaria, es decir, la inclusión en las noticias de teletexto por parte del mediador de información de tipo Explicativa y/o de Contexto y/o Alternativa, no ofrece diferencias en cuanto al tratamiento de los actores:

Con independencia del tipo de información secundaria que contengan las noticias de teletexto, el mediador suele incluir más habitualmente actores humanos, de género masculino, colectivos, que pertenecen al mundo de las instituciones públicas, que son identificados por su nombre y de forma singularizada.

7.2.3. Análisis de los Actores con respecto a los Aspectos Estructurales de la noticia.

El análisis de los actores en cuanto a los aspectos estructurales de las noticias en las que aparecen, se refiere a las características de los actores en función de la cantidad de información (Tipo de noticia) y de la sección en la que se enmarcan las noticias.

1. Tipo de noticia (Ampliadas o Breves).

Las noticias extensas o Ampliadas confeccionan la referencia relativa a los actores de la siguiente manera:

Contienen mayoritariamente actores de naturaleza humana y de género masculino (aunque también son relevantes los actores en que No Procede aplicarles el género). Incluyen con más frecuencia actores colectivos, pertenecientes al plano institucional, que son identificados por su nombre en forma singular.

Las noticias de teletexto que ocupan menos espacio informativo, y que en esta investigación denominamos noticias Breves, conforman la referencia relativa a los personajes, incluyendo en mayor medida actores humanos, masculinos y de naturaleza colectiva (si bien son bastante frecuentes los actores individuales). La mayoría de sus actores no pertenecen al ámbito de las instituciones, son presentados por su nombre, y de forma singularizada.

2. Sección.

Las noticias de teletexto incluidas en la mayor parte de las secciones confeccionan la información relativa a los personajes con actores de naturaleza humana, excepto las que aparecen en las secciones de Ecología y Economía que incluyen en mayor medida actores organizacionales.

Las noticias pertenecientes a las secciones de Curiosas, Cultura, Deportes y Toros elaboran su información en torno a personajes masculinos. Las que se incluyen en las secciones de Nacional, Internacional, Local, Economía y Ecología contienen sobre todo actores a los que no procede aplicarles el género. La sección de sucesos conforma sus noticias sobre todo con actores cuyo género es indefinido. Es digno de reseñar el porcentaje de actores femeninos en las secciones de Sociedad y Curiosas.

La mayor parte de las secciones utilizan actores colectivos a la hora de confeccionar sus noticias. Sólo en las noticias de Deportes, Sociedad y Toros, son mayoritarios los actores individuales.

Los actores institucionales se incluyen en mayor medida en noticias de las secciones de Nacional, Internacional, Local, Economía y Ecología. Mientras que el resto de secciones (Curiosas, Cultura, Sociedad, Sucesos, Deportes y Toros) contienen con más frecuencia actores no relacionados con las instituciones públicas.

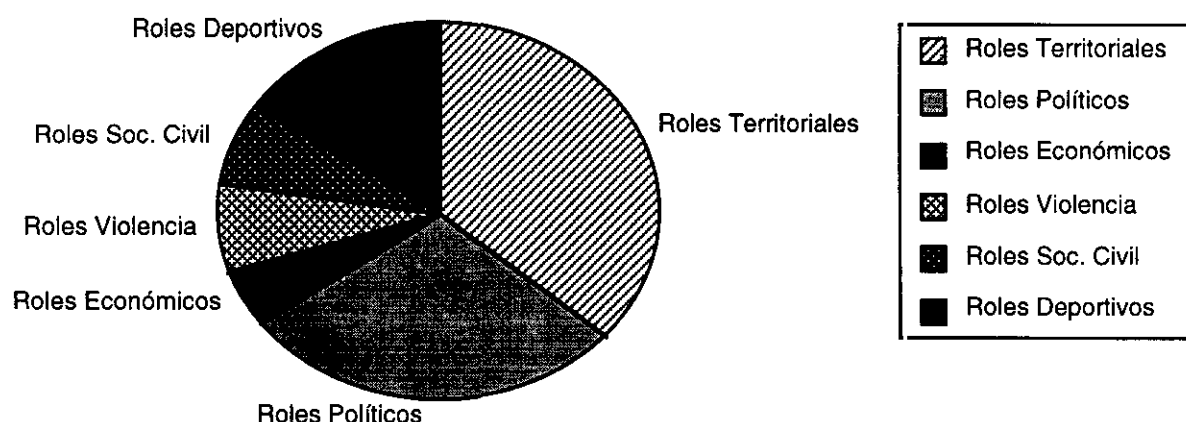
En las noticias de todas las secciones son mayoría los actores que son presentados por su nombre y de forma singularizada. Tan sólo en la sección de Curiosas se utilizan más habitualmente actores presentados por su función en la noticia.

7.3. ANALISIS DE LOS ROLES DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

7.3.1. Análisis de la Referencia relativa a los roles de las noticias de Teletexto.

El análisis de las funciones o roles que desempeñan los personajes en las noticias de teletexto, en primer lugar, se ha llevado a cabo clasificando dichos roles de acuerdo a los ámbitos temáticos a los que remiten (ver Anexos, Cuadro nº 10. Capítulo 7.).

Gráfico N° 7. Capítulo 7.
Distribución de los roles en las noticias de teletexto.



Los roles relativos a la territorialidad de los personajes suponen más de la mitad de los aparecidos en las noticias seleccionadas a partir de la muestra. También son bastante frecuentes los de naturaleza política.

El mediador utiliza con poca frecuencia funciones sociales de los personajes relativas al ámbito de la Violencia, los Deportes, y la Sociedad

Civil. Siendo muy poco habituales los casos en que el mediador utiliza roles de índole Económico para confeccionar las noticias.

Las funciones explícitas de los personajes en la noticia pertenecen en mayor medida al ámbito de lo público, que al ámbito de lo cotidiano.

La adscripción de roles a ámbitos temáticos, al igual que sucedía con las acciones, no tiene porqué agotarse en el modelo *un rol-un ámbito*, sino que una misma función de un personaje puede remitir a uno o a varios ámbitos temáticos. Cuando el mediador utiliza explícitamente funciones sociales para designar a los personajes, dichas funciones o roles pueden pertenecer a un solo ámbito referencial (roles de *ámbito único*), o pueden adscribirse a más de un ámbito temático al mismo tiempo (roles de *ambito compartido*).

	Roles Territorial	Roles Política	Roles Economía	Roles Violencia	Roles Soc.Civil	Roles Deportes	Roles Públicos	Roles Cotidianos
<i>Roles Territorial</i>		446 41%.	21 2%.	38 3%.	44 4%.	165 15%.	846 78%.	232 22%.
<i>Roles Política</i>	446 53%.		15 2%.	18 2%.	25 3%.	15 2%.	828 100%.	0 0%.
<i>Roles Economía</i>	21 15%.	15 11%.		1 0,7%.	5 4%.	6 4%.	138 100%.	0 0%.
<i>Roles Violencia</i>	38 18%.	18 9%.	1 0,5%.		2 1%.	1 0,2%.	19 9%.	186 91%.
<i>Roles Soc. Civil</i>	44 20%.	25 11%.	5 2%.	2 1%.		4 1%.	30 14%.	190 86%.
<i>Roles Deportes</i>	165 37%.	15 3%.	6 1%.	1 0,5%.	4 2%.		21 5%.	421 95%.
<i>Roles Públicos</i>	846 63%.	828 61%.	138 10%.	19 1%.	30 2%.	21 2%.		
<i>Roles Cotidianos</i>	232 29%.	0 0%.	0 0%.	186 23%.	190 24%.	421 53%.		

Cuadro N° 2. Capítulo 7. Relaciones referenciales de los ámbitos del rol en las noticias de teletexto.

En el cuadro anterior se recogen las interrelaciones entre los distintos ámbitos de los roles. El conjunto de las funciones explícitas (roles) seleccionadas en los relatos informativos de teletexto, muestra que la mayor parte de los roles pertenecientes a los ámbitos territorial y político comparten más de un ámbito temático. Cuando así sucede, en la inmensa mayoría de los casos los roles territoriales corresponden también a roles políticos y viceversa.

El resto de las funciones de los personajes pertenecen generalmente al ámbito único, es decir, se adscriben en su mayor parte, únicamente, a su propio ámbito temático (Roles económicos al ámbito económico, Roles violentos al de violencia, Roles de sociedad al de sociedad civil y los roles de deportes al ámbito deportivo).

Cuando los roles de estos ámbitos temáticos son de ámbito compartido se relacionan casi exclusivamente con la temática territorial.

Por tanto se puede afirmar que el tratamiento de las funciones explícitas de los personajes en las noticias de teletexto responden al siguiente modelo:

-Roles de ámbito compartido. Pertenecientes a la temática territorial y política.

- Roles de ámbito único. Correspondientes al ámbito económico, de violencia, de sociedad civil y deportivo.

En cuanto a la pertenencia de los roles al ámbito público o cotidiano, podemos decir que la práctica totalidad de los roles políticos y

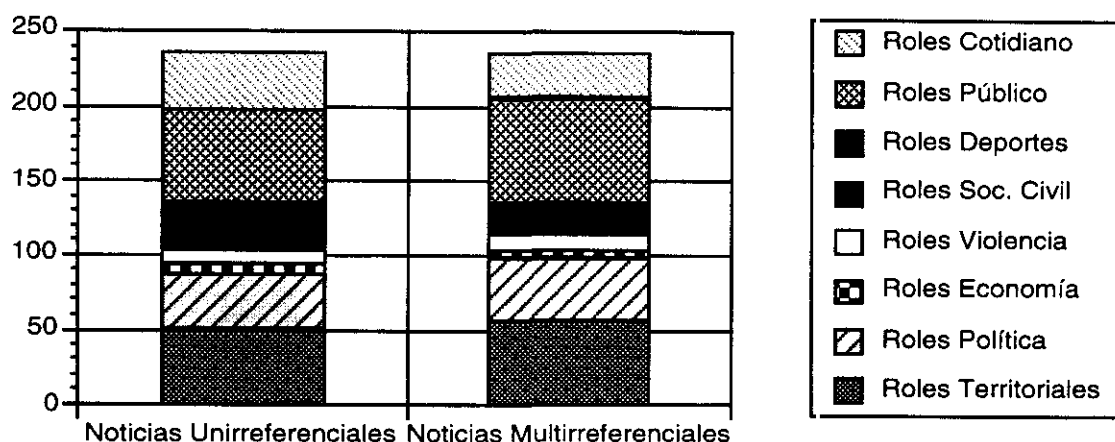
económicos pertenecen al mundo de lo público. También la gran mayoría de los roles territoriales pertenecen al plano público.

La inmensa mayoría de los roles de violencia, sociedad civil y deportes corresponden al ámbito de lo cotidiano.

7.3.2. Análisis de las Roles con respecto a los aspectos Referenciales de la noticia.

El análisis de los roles en cuanto a la estructura referencial de las noticias de teletexto (noticias Unirreferenciales o Multirreferenciales) se sintetiza en el gráfico que aparece a continuación.

Gráfico N° 11. Capítulo 7.
Distribución de los ámbitos del rol según la estructura referencial de las noticias de teletexto.



Tanto las noticias Unirreferenciales, como las Multirreferenciales, incluyen con más frecuencia roles explícitos relativos o asociados con la territorialidad, seguidos de los pertenecientes al ámbito temático de la política, y menos habitualmente de los roles relacionados con el mundo del

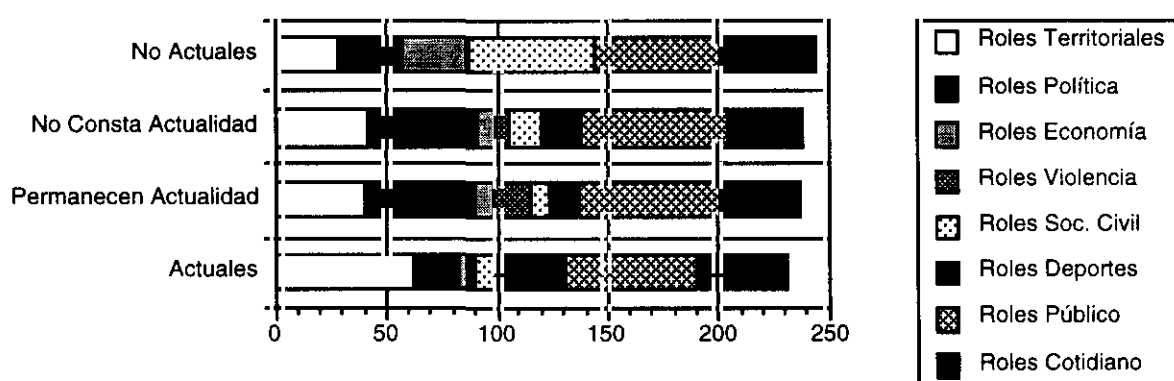
deporte. Y es poco habitual que en ambos tipos de noticias se confeccione su referencia con roles adscritos al resto de los ámbitos temáticos.

Del mismo modo, y atendiendo al carácter público o cotidiano de los roles, también ambos tipos de noticias elaboran la información de forma mayoritaria con roles asociales al mundo de lo público, siendo más acentuada esta tendencia en el caso de las noticias Multirreferenciales.

La confección de la referencia informativa relativa a los roles explícitos de las noticias de teletexto no depende de la estructura referencial, es decir; no depende de que las noticias ofrezcan información sobre un solo referente (Noticias Unirreferenciales) o sobre más de un referente (Noticias Multirreferenciales).

El análisis de los roles en cuanto al nivel de actualidad de las noticias en las que aparecen aparece representado en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 8. Capítulo 7.
Distribución de los ámbitos del rol según el nivel de actualidad de las noticias de teletexto.



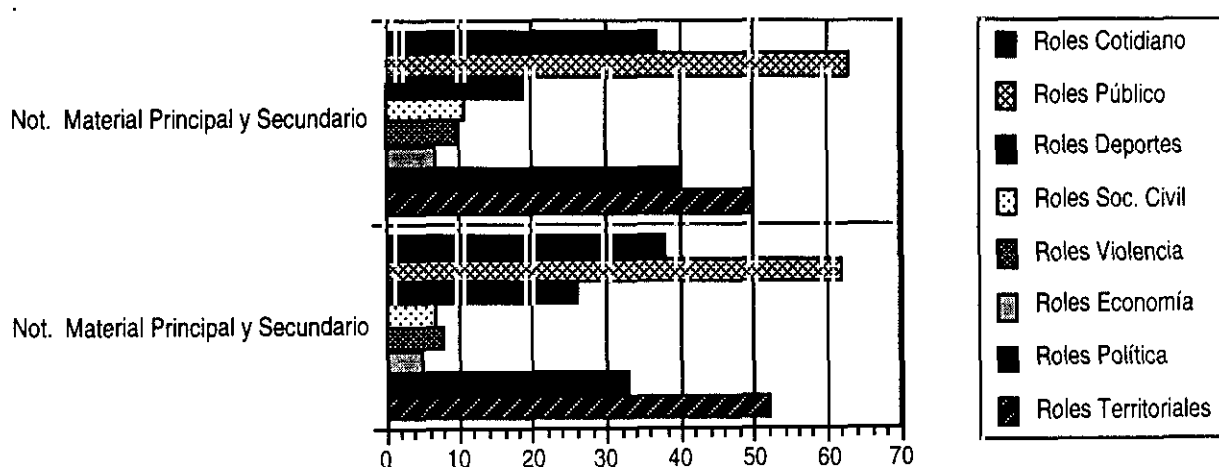
Las noticias estrictamente Actuales contienen en la mayor parte de los casos roles de naturaleza territorial. En menor medida roles deportivos, y menos frecuentemente roles políticos.

En las noticias que Permanecen de Actualidad y aquellas en las que No Consta su Actualidad, aparecen en mayor medida roles de índole político, seguidos de los roles de naturaleza territorial.

Con independencia del contacto con la actualidad de las noticias (Actuales, Permanecen de Actualidad y No Consta Actualidad), en todos los casos se confecciona su referencia en mayor medida con roles relativos al ámbito o al mundo de lo público.

El estudio de los roles en cuanto al tipo de material (Sólo Principal, o Principal y Secundario) con el que el mediador elabora las noticias de teletexto, (ver Anexos, Cuadro nº 13, Capítulo 7) se sintetiza en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 9. Capítulo 7.
Distribución de los ámbitos del rol en cuanto a la estructura de la información en las noticias de teletexto



Las noticias que estructuran o confeccionan su información sólo con material de tipo principal y las noticias elaboradas con material principal y secundario incluyen mayoritariamente roles relativos a la territorialidad, seguidos de los roles asociados al mundo de la política, y en menor medida de roles deportivos. Del mismo modo, y atendiendo al carácter público o cotidiano de los roles, tanto unas como otras noticias incluyen mayoritariamente roles relativos al ámbito público.

La confección de la referencia informativa relativa los roles de las noticias de teletexto no depende de que éstas se elaboren Sólo con material Principal, o que incluyan en su confección Material Principal y Secundario.

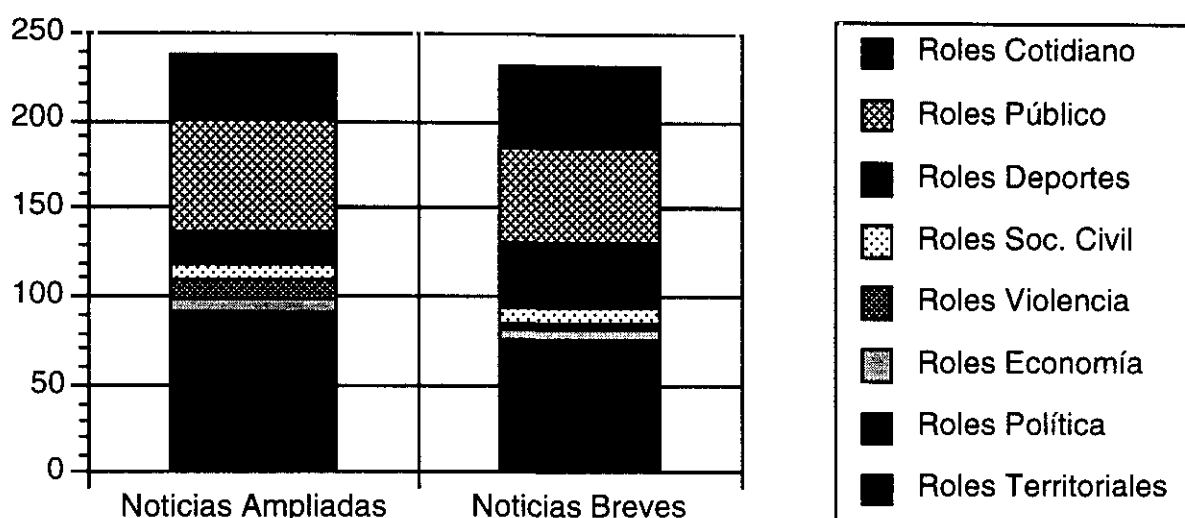
Las noticias que estructuran o confeccionan su referencia con material secundario de tipo explicativo, de contexto y alternativo (ver Anexos, Cuadros nº 14, 15 y 16. Capítulo 7) incluyen mayoritariamente roles relativos a la territorialidad, seguidos de los roles asociados al mundo de la política, y en menor medida de roles deportivos. Y contienen mayoritariamente roles pertenecientes al ámbito público.

La confección de la referencia relativa a las funciones sociales de los personajes (Roles) en el teletexto no depende de los aspectos referenciales de la noticia.

7.3.3. Análisis de las Roles con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.

El análisis de las funciones o roles explícitos de los personajes en relación con los aspectos estructurales o mediacionales, en primer lugar, remite a la cantidad de información con la que se elaboran las noticias de teletexto, (ver Anexos, Cuadro 17, Capítulo 7).

Cuadro N° 10. Capítulo 7.
Distribución de los ámbitos del rol según la extensión de las noticias de teletexto.



Las noticias que por su mayor extensión denominamos ampliadas utilizan mayoritariamente roles de naturaleza territorial, seguidos de los roles políticos. En el caso de las noticias breves también son mayoritarios los roles territoriales, seguidos de los roles asociados a la temática de los deportes. Tanto unas como otras noticias utilizan en mayor medida roles de naturaleza pública, siendo ligeramente más frecuentes los roles de ámbito cotidiano en las noticias breves.

El segundo nivel de análisis estructural de las noticias de teletexto en relación con los roles explícitos, es el relacionado con las secciones en las que aparecen presentadas dichas noticias, (ver Anexos, Cuadro 18, Cap. 7).

Las noticias de las secciones de Cultura, Sociedad, Curiosas, Sucesos y Toros construyen la referencia relativa a los roles explícitos de los personajes mayoritariamente con roles relativos al mundo de la Sociedad Civil, seguidos de los roles de naturaleza territorial.

Las secciones de Ecología, Economía, Nacional, Internacional y Local elaboran sus noticias mayoritariamente con roles de naturaleza política, seguidos de los roles territoriales.

Las noticias de la sección de Deportes confeccionan su referencia en mayor medida con roles territoriales, seguidos de los deportivos.

Las noticias de las secciones de Nacional, Internacional y Local elaboran su referencia relativa a las funciones explícitas de los personajes más habitualmente con roles pertenecientes al mundo de lo público. Frente a las noticias del resto de las secciones que la elaboran con roles relativos al ámbito de lo cotidiano, especialmente las noticias de la sección de deportes.

7.4. ANALISIS DE LA TEMPORALIDAD DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

7.4.1. Análisis de la Referencia relativa a la temporalidad de las noticias de Teletexto.

La información relativa a la temporalidad en las noticias de teletexto, puede ser ofrecida por el mediador de forma explícita, es decir, la noticia contiene una o varias referencias temporales concretas. O de forma implícita, atendiendo a la *Historicidad*² del acontecer.

Prácticamente la mitad de las noticias de teletexto en su elaboración ofrecen información sobre referencias temporales explícitas, frente a la otra mitad que carece de dichas referencias al tiempo.

En las 1062 noticias de la muestra con referencias explícitas al tiempo, han aparecido casos que contienen un solo tiempo, hasta aquellos que contienen como máximo cinco referencias temporales distintas. La gran mayoría de las noticias son confeccionadas por el mediador con una sola referencia temporal, y son muy poco frecuentes los casos que contienen más de una referencia temporal explícita diferente.

En cuanto a la temporalidad que se desprende de la historicidad del acontecer que contiene toda noticia, se analiza atendiendo a los criterios:

² Ver MARTIN SERRANO. *La Producción Social de Comunicación*. Madrid, Alianza Universidad, 1986, pág.199.

Pasado.
Pasado/presente.
Pasado/presente/futuro.
Presente.
Presente/futuro.
Futuro.
No Consta.

La gran mayoría de las noticias de teletexto (en torno a cuatro de cada cinco casos) sitúan su temporalidad exclusivamente en el Presente, es decir, la referencia a lo que sucede en el presente agota la perspectiva temporal que ofrece la noticia.

En torno a un 10%. de los casos contienen información temporal relativa al Pasado/Presente, y un porcentaje ligeramente inferior de noticias corresponden al Presente/Futuro. Son casos residuales aquellos en que el mediador introduce información temporal relativa al Futuro, Pasado/Presente/Futuro, Pasado, y aquellos en que No Consta la Temporalidad.

La práctica totalidad de las noticias de teletexto sitúan su transcurso temporal en el presente. Cuando aparecen noticias que sitúan su temporalidad en el pasado (retrospectivos) o en el futuro (prospectivos), siempre aparecen ligadas al presente.³ Se puede afirmar que la inmensa mayoría de los relatos de las noticias de teletexto dan cuenta de acontecimientos eminentemente presentistas.

³ Para comparar la temporalidad en los relatos de la prensa y de la televisión consultar MARTIN SERRANO, M. *La producción social de comunicación*. Madrid, Alianza Universidad, 1986. (Capítulo 4, pág. 199-209.

7.4.2. Análisis de la temporalidad con respecto aspectos referenciales de la noticia.

La temporalidad de las noticias del teletexto no depende de la estructura referencial (noticias Unirreferenciales o Multirreferenciales) de las mismas. En ambos tipos de noticias predomina la temporalidad exclusiva de presente. Seguidas de las noticias que se ubican en el Presente/Futuro y de Pasado/Presente.

La temporalidad en el teletexto no depende del contacto con la actualidad que tengan las noticias. Tanto si las noticias son actuales, permanecen de actualidad, o no consta su nivel de actualidad, en todos los casos son mayoritarias las noticias cuya temporalidad es de presente. Siendo muy poco habitual que aparezcan noticias situadas temporalmente en pasado/presente y en presente/futuro.

La temporalidad en las noticias de teletexto no depende de la estructura de la información, es decir, no depende de que las noticias se elaboren Sólo con Material Principal o con Material Principal y Secundario. En ambos tipos de noticias se presentan en su inmensa mayoría hechos que se sitúan temporalmente en el presente. Siendo poco frecuente que las noticias de teletexto incluyan acontecimientos relativos al pasado/presente, y al presente/futuro.

Con independencia de si las noticias han sido elaboradas utilizando material explicativo, de contexto o alternativo, en todos los casos son mayoritarias las referencias temporales estrictamente presentes (entre siete y

ocho de cada diez casos). Y son poco frecuentes los casos en que aparecen situadas temporalmente las noticias en pasado/presente y en presente/futuro.

La temporalidad de las noticias de teletexto no depende de los aspectos referenciales de la noticia.

7.4.3. Análisis de la temporalidad con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.

Tanto las noticias ampliadas como las noticias breves sitúan mayoritariamente su temporalidad exclusivamente en el presente, siendo ligeramente más frecuente el uso del presente en el caso de las noticias breves. Son poco probables los casos de noticias, tanto breves como ampliadas, con referencias temporales al pasado/presente; y todavía menos frecuente que se ubiquen temporalmente en presente/futuro.

En cuanto a la temporalidad de la noticia en relación con la sección en la que el medio clasifica las noticias, podemos decir, que con independencia de la sección en la que aparecen las noticias, en todos los casos son mayoritarias las noticias estrictamente presentes. Y que sólo en ocasiones aisladas aparecen noticias con referencias al pasado/presente. Y todavía en menor medida que se sitúen en presente/futuro.

La temporalidad de las noticias de teletexto no depende de la mayor o menor cantidad de información sobre un determinado acontecer, ni de la sección en la que el mediador ubica las noticias.

7.5. ANALISIS DE LA ESPACIALIDAD DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

7.5.1. Análisis de la Referencia relativa a la espacialidad de las noticias de Teletexto.

Las referencias a la espacialidad en las noticias de teletexto se han recogido atendiendo al ámbito geográfico en el que se desarrollan. Así, las noticias de teletexto se recogen atendiendo en un primer nivel a si pertenecen al Ambito Nacional o al Ambito Internacional.

Algo más de la mitad de las noticias de teletexto ofrecen referencias espaciales pertenecientes al ámbito Nacional, siendo ligeramente menos frecuentes que aparezcan casos con referencias internacionales.

Las noticias pertenecientes al ámbito de España, se estructuran atendiendo a los ámbitos más concretos que consideramos mejor se adaptan a las divisiones geográfico-institucionales⁴ existentes en nuestro país, y que son:

- Nacional.
- Autonómico.
- Local.

La mayoría de las noticias relativas a España corresponden al ámbito Nacional de forma general (60%). Las referencias espaciales locales

⁴ Kayser analiza la espacialidad en la prensa francesa utilizando una clasificación de las unidades redaccionales adaptado al modelo francés:

- Local.
- Departamental.
- Regional.
- Nacional.
- Extranjera.

KAYSER, J. *El diario francés*. Barcelona, ATE, 1986, pág.136.

representan en torno a tres de cada diez noticias relativas al ámbito español. Y es muy poco frecuente que el mediador de teletexto confeccione noticias relativas al ámbito Autonómico, tan sólo en torno a uno de cada diez casos de las noticias relativas a nuestro país.

Las noticias relativas al ámbito internacional, que como se ha mencionado suponen algo menos de la mitad del conjunto de las noticias seleccionadas en esta investigación, se han clasificado espacialmente atendiendo a los siguientes espacios geográficos:

- África.
- América del Norte.
- América Latina.
- Asia.
- Europa Occidental.
- Europa Oriental.
- Oceanía.
- Oriente Medio.
- Internacional. Aquellos casos que pertenecen al ámbito internacional, pero no se sitúa en ningún espacio concreto la referencia espacial.

Las noticias confeccionadas por el mediador con referencias a la espacialidad internacional, aparecen mayoritariamente en Europa Occidental (37%), seguidas con bastante diferencia de las relativas a Europa Oriental, América del Norte y América Latina (entre el 11% y el 15% según los casos). Son poco frecuentes las noticias que sitúan la espacialidad en África y Asia (6%). Y en muy raras ocasiones el mediador incluye acontecimientos cuya espacialidad se sitúa en Oceanía, o aquellos en que no se ofrecen referencias espaciales que permitan situar geográficamente las noticias internacionales (2-3% de los casos).

En otro plano del análisis se recoge la *Repercusión* o influencia de las noticias tanto Nacionales, como Internacionales, es decir, si las noticias afectan exclusivamente al ámbito al que pertenecen, o por el contrario trascienden al otro ámbito espacial. Así, las noticias Nacionales pueden guardar relación o afectar a otros países o no hacerlo. Y las noticias Internacionales pueden afectar a España o no hacerlo.

La inmensa mayoría de las noticias relativas a España no afectan a otros países, es decir, se circunscriben exclusivamente al ámbito nacional (en torno a nueve de cada diez casos), y son muy poco habituales las noticias nacionales con repercusión internacional. En el caso de las noticias de espacialidad internacional la mayor parte de ellas, en torno a siete de cada diez casos, no afectan a España, aunque son relativamente frecuentes las noticias que afectan directa o indirectamente al ámbito español (cerca de un tercio de las noticias internacionales).

Las noticias de teletexto cuya espacialidad se circunscribe a España, no ofrecen información que pudiera afectar a otros países. En las noticias internacionales es más frecuente que se incluyan referencias informativas que afecten a España.

7.5.2. Análisis de la espacialidad con respecto a los aspectos referenciales de la noticia.

Espacialidad Nacional.

Tanto las noticias Unirreferenciales, como las Multirreferenciales, cuya espacialidad se sitúa España, confeccionan su referencia espacial sin que el mediador introduzca diferencias. En ambos casos son mayoritarias las noticias cuyo ámbito es el Nacional, son menos frecuentes los casos en que la noticia pertenece al ámbito Local; y es muy poco frecuente que la referencia espacial remita a referentes relativos al ámbito Autonómico.

Con independencia de si las noticias relativas al ámbito español son elaboradas con información de tipo Principal y Secundario, o sólo se confeccionen con material Principal, en torno al 60%. de los casos corresponden al ámbito Nacional. En torno a un 30%. remiten su información espacial al ámbito Local. Y son muy poco frecuentes las noticias relativas al ámbito Autonómico.

Lo mismo sucede en las noticias nacionales que son elaboradas por el mediador de teletexto con material Explicativo, de Contexto o Alternativo. En todos los casos son mayoritarias (60%. de los casos) las que pertenecen de forma genérica al ámbito español (Nacional). En torno al 30%. pertenecen a noticias que ubican su espacialidad de forma concreta (Local). Y tan sólo en un diez por ciento de los casos se refieren a noticias cuya espacialidad corresponde al ámbito de las autonomías (Autonómico).

La espacialidad en el teletexto no depende de los aspectos referenciales de las noticias.

7.5.3. Análisis de la espacialidad con respecto a los aspectos estructurales de la noticia.

Espacialidad Nacional.

Las noticias de teletexto en cuanto a sus aspectos estructurales no contienen diferencias en cuanto a la espacialidad nacional.

Tanto las noticias Ampliadas como las noticias Breves tratan sobre referentes Nacionales en la mayor parte de los casos (en torno al 60% de los noticias de cuya espacialidad se sitúa en España). En menos de un tercio de los casos se circunscriben a un ámbito más concreto (Local). Y tan sólo en uno de cada diez casos remiten al ámbito Autonómico.

Lo mismo sucede en cuanto a la sección en que el medio encuadra las noticias. En todas las secciones aparecen mayoritariamente noticias cuya espacialidad es Nacional. En torno al 30% de los casos corresponden a noticias Locales. Y es muy poco habitual que aparezcan noticias relativas al ámbito Autonómico.

Espacialidad Internacional.

Al igual que sucede con las noticias de teletexto situadas espacialmente en el ámbito nacional, las noticias cuya espacialidad es internacional no dependen ni de los aspectos estructurales: de si las noticias

son breves o ampliadas, o de la sección en la que el medio clasifica las noticias), ni tampoco de los aspectos referenciales o comunicativos: de si la noticia contiene información sobre uno o más referentes, de su contacto con la actualidad o de la estructura de su información (material principal y secundario [explicativo, de contexto o alternativo]).

La espacialidad en el teletexto no depende de los aspectos estructurales de las noticias.

7.6. ANALISIS DE LA PRESENCIA DE CAUSALIDAD EN LAS NOTICIA DE TELETEXTO.

7.6.1. La presencia de causas en relación con los aspectos referenciales de las noticias de teletexto.

Las referencias a la causalidad son utilizadas por el mediador en la confección de las noticias de teletexto en una minoría de los casos, tanto en las noticias que ofrecen información sobre un solo referente, como en las que conforman la información dando cuenta de más de un referente. Cuando aparecen referencias a las causas son ligeramente más frecuentes en las noticias Unirreferenciales, que en las Multirreferenciales.

También son minoritarias las referencias a la causalidad en las noticias de teletexto en cuanto al contacto con la actualidad. Cuando el mediador introduce información relativa a las causas, éstas aparecen con más frecuencia en las noticias que no es la primera mención que el medio hace de ellas (Permanecen de actualidad). Seguidas de las noticias estrictamente Actuales. Y son algo menos frecuentes en las noticias en que no se puede discernir si son Actuales o Permanecen de Actualidad (No Consta Actualidad).

En cuanto a la presencia de causas en las noticias de teletexto elaboradas con material principal y secundario, o sólo con material principal, la mayor parte de los casos se elaboran con ausencia de referencias a las causas. Cuando aparecen causas, éstas son más frecuentes en las noticias que conforman su información con material Principal y secundario (25%), que en las que tan sólo cuentan con material principal (14%).

Las noticias que contienen en su confección material de tipo explicativo, incluyen en torno a dos de cada diez casos referencias a la causalidad. El porcentaje de causas en las noticias que son confeccionadas por el mediador con presencia de material de contexto y con material alternativo, es ligeramente superior a las que contienen material de tipo explicativo.

La presencia o ausencia de referencias a la causalidad no depende de los aspectos estructurales y referenciales de las noticias de teletexto.

7.6.2. La presencia de causas en relación con los aspectos estructurales de las noticias de teletexto.

La presencia de causas en cuanto a la extensión de las noticias de teletexto, muestra que tanto en las noticias Ampliadas, como en las Breves se confecciona la información en la gran mayoría de los casos prescindiendo de las referencias a la causalidad. Cuando aparecen causas en el desarrollo de las noticias de teletexto, es más frecuente que aparezcan en las noticias Ampliadas (24%), que en el caso de las noticias Breves (15%).

Las noticias Ampliadas contienen mayor número de referencias a la causalidad que las noticias Breves.

Todas las secciones en que el teletexto estructura sus noticias se confeccionan mayoritariamente sin la presencia de información relativa a las causas. Ahora bien, en las secciones de Sucesos y Toros son relativamente frecuentes (40% de los casos). En las secciones de Curiosas, Ecología, Internacional, Local, Nacional y Sociedad, incluyen causas en torno a dos de cada diez de sus noticias. Y son bastante poco frecuentes las menciones a las causas en las noticias de las secciones de Deportes, Cultura y Economía.

Las noticias de las secciones de Sucesos y Toros son las que más presencia de referencias a la causalidad contienen.

7.7. ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE CONSECUENCIALIDAD EN LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

7.7.1. La presencia de consecuencias en relación con los aspectos referenciales de las noticias de teletexto.

Las referencias a la consecuencialidad son utilizadas por el mediador en la confección de las noticias de teletexto con poca frecuencia tanto en las noticias que ofrecen información sobre un solo referente, como en las que conforman la información dando cuenta de más de un referente. Cuando se ofrece información de las consecuencias son más frecuentes en las noticias Multirreferenciales (24% de los casos), que en las Unirreferenciales (15%).

También son minoritarias las referencias relativas a las consecuencias en las noticias de teletexto en cuanto al contacto con la actualidad. Cuando el mediador introduce información relativa a la consecuencialidad, éstas aparecen en la mitad de los casos en las noticias que no es la primera mención que el medio hace de ellas (Permanecen de actualidad). Seguidas de las noticias estrictamente Actuales (26%). Y son algo menos frecuentes (20% de los casos) en las noticias en que no se puede discernir si son Actuales o Permanecen de Actualidad (No Consta Actualidad).

En cuanto a la presencia de consecuencias en las noticias de teletexto elaboradas con material principal y secundario, o sólo con material principal, la mayor parte de los casos se elaboran con ausencia de referencias a las causas. Cuando aparecen referencias a la consecuencialidad, éstas son más frecuentes en las noticias que conforman su información con material Principal y secundario (18%), que en las que tan sólo cuentan con material principal (12%).

Las noticias que contienen en su confección material de tipo explicativo, de contexto y alternativo, incluyen en alrededor del 15% de los casos referencias a la causalidad.

La presencia o ausencia de referencias a la causalidad no depende de los aspectos referenciales de la noticia de teletexto.

7.7.2. La presencia de consecuencias en relación con los aspectos estructurales de las noticias de teletexto.

La presencia de causas en cuanto a la extensión de las noticias de teletexto, muestra que tanto en las noticias Ampliadas, como en las Breves se confecciona la información en la gran mayoría de los casos prescindiendo de las referencias a la causalidad. Cuando aparecen consecuencias en el desarrollo de las noticias de teletexto, es mucho más frecuente que aparezcan en las noticias Ampliadas (19%), que en el caso de las noticias Breves (6%), en las que es infrecuente que aparezcan referencias a la consecuencialidad.

Las noticias Ampliadas contienen mayor número de referencias a la consecuencialidad que las noticias Breves.

La mayor parte de las secciones de teletexto (Curiosas, Ecología, Economía, Internacional, Local Y Nacional) confeccionan la referencia informativa con presencia de consecuencias entre el 20%. y el 25%. de las noticias. Son poco frecuentes en las secciones de Sucesos, Sociedad y Toros (en torno al 8-9%). Y en muy raras ocasiones aparecen referencias a la consecuencialidad en las secciones de Cultura y Deportes (en torno a un 5%. de los casos).

Las noticias de las secciones de Curiosas, Ecología, Economía, Internacional, Local Y Nacional son las que más presencia de referencias a la consecuencialidad contienen.

7.8. ANALISIS DE LA FUENTE EN LAS NOTICIAS DEL TELETEXTO.

El uso de la mención explícita a la fuente informativa de la que procede la información, no es un recurso demasiado frecuente por parte del mediador a la hora de confeccionar la referencia en las noticias de teletexto. Tan sólo se recurre a esta forma de adscripción de la información en una de cada cuatro noticias que componen el universo de la información en el teletexto.

7.8.1. Análisis de la referencia de la fuente informativa en las noticias de teletexto.

Cuando el mediador recurre a la fuente informativa como fórmula de adscripción de parte o toda la información de la noticia, en la mayoría de los casos, la fuente aparece presentada de forma nominal, es decir, por el nombre del personaje, de la institución o de la empresa informativa. Y es menos frecuente (en torno a dos de cada diez casos) que la fuente sea presentada de forma genérica, por ejemplo “fuentes del Gobierno”, “fuentes policiales”. Las noticias de teletexto no suelen utilizar para remitir la información el recurso a la fuente reservada, que es esa modalidad en la que se hace alusión a la fuente pero no se ofrece información sobre ella. Por ejemplo, “fuentes bien informadas”, “según informaciones de toda solvencia”, etc.

En cuanto al nivel de atribución de la información a la fuente, es decir, si toda la información de una noticia es remitida por una fuente, o sólo parte de la información; en más de la mitad de los casos la atribución de la información es parcial, es decir sólo se atribuye a la fuente una parte de la información de la noticia. Frente al 44%. de las fuentes que remiten la totalidad de la información de las noticias.

La forma en que el mediador da voz a la fuente, o lo que es lo mismo, la presentación que se hace en la noticia de la información procedente de una fuente, puede ser: por medio de comillas, por medio de paráfrasis, o por medio de comillas y paráfrasis.

Más de dos tercios de las noticias de teletexto presentan la información de fuentes en forma de paráfrasis. Uno de cada cinco casos el mediador utiliza las comillas y la paráfrasis en la misma noticia. Y es menos frecuente, el uso sólo de las comillas como forma de atribución de la información.

La mayor parte de las noticias que contienen el recurso a la fuente informativa en la confección de su referencia, más de dos tercios de los casos recogidos a partir de la muestra son de carácter institucional. Mientras que tan sólo un tercio de las fuentes informativas no pertenecen al plano institucional.

Más de la mitad de las fuentes utilizadas por el mediador en el teletexto son de naturaleza colectiva, frente a algo más de cuatro de cada diez casos que corresponden a fuentes individuales.

En cuanto a la comunicatividad de la fuente, es decir, a si la fuente que remite la información de la noticia corresponde a empresas o profesionales de la comunicación. Se puede afirmar, que tan sólo una de cada cinco fuentes que aparecen en las noticias de teletexto son comunicativas o profesionales.

Más de la mitad de las fuentes recogidas a partir de la muestra son identificadas o presentadas por su función (por lo que son o hacen), por ejemplo: según el portavoz del Gobierno, como informó el presidente del Tribunal Constitucional, etc. En torno a cuatro de cada cinco casos, la fuente aparece nominada por su nombre: informa EFE, según comentó Aznar, etc. Y es poco frecuente, en uno de cada veinte casos, identificar la fuente por su nombre y su función, por ejemplo, “según informó el ministro de Economía, Rodrigo Rato”.

En cuanto al plano narrativo al que pertenece la fuente, la gran mayoría de los casos recogidos en la muestra (84%. de los casos) pertenecen al plano narrativo del acontecer. Frente a tan sólo el 16%. de los casos que pertenecen al plano de la comunicación.

Las fuentes informativas que aparecen mencionadas en las noticias de teletexto suelen ser presentadas en la mayor parte de los casos de forma nominal (por su nombre concreto, y no de forma genérica); mayormente suelen remitir tan sólo una parte de la información de la noticia (atribución parcial), y la información suele ser presentada en el relato en forma de paráfrasis. Generalmente se trata de fuentes institucionales, de naturaleza colectiva, y que no corresponden al plano comunicativo o profesional. En cuanto a la forma en que son nominadas por el medio, la

mayoría de ellas aparecen presentadas por su función en la noticia (por lo que son o hacen), aunque también son frecuentemente designadas por su nombre. Y por último, una amplia mayoría pertenecen al plano narrativo del acontecer.

Tipo de Atribución.

Las fuentes informativas que son presentadas de forma nominal remiten indistintamente la totalidad o tan sólo una parte de la información de la noticia, suelen asignar más frecuentemente la información en forma de paráfrasis, y se trata de fuentes de naturaleza individual. La mayoría de ellas pertenecen al plano de las instituciones públicas y corresponden al plano narrativo del acontecer.

Cuando el mediador adscribe la información a fuentes genéricas, estas remiten en mayor medida sólo parte de la información de la noticia, suelen ofrecer la información en forma de paráfrasis, y son de naturaleza colectiva. La mayoría vienen presentadas por el mediador por su función, pertenecen al plano institucional público y corresponden al plano narrativo del acontecer.

Nivel de Atribución.

Cuando las fuentes informativas remiten la totalidad de la información de la que consta una noticia, en la mayor parte de los casos corresponden a fuentes nominales, que presentan la información en forma de paráfrasis, se trata de fuentes colectivas, y no pertenecen al plano

comunicativo. Estas fuentes en la mayor parte de los casos vienen nominadas indistintamente por su función o por su nombre, pertenecen al plano institucional público y corresponden al plano del acontecer.

Las fuentes denominadas parciales, es decir, aquellas que remiten tan sólo parte de la información de la que consta una noticia, en la mayor parte de los casos corresponden a fuentes nominales, que presentan la información en forma de paráfrasis; suelen ser de naturaleza colectiva y pertenecen al plano de la comunicación. Estas fuentes en la mayor parte de los casos vienen nominadas por su función, se inscriben dentro del mundo de las instituciones públicas y corresponden al plano del acontecer.

Forma de Atribución.

Cuando la forma en que el mediador presenta la información remitida a una fuente se hace en forma de paráfrasis, dichas fuentes suelen aparecer de forma nominal, remitiendo tan sólo parte de la información de la noticia, y corresponden generalmente a fuentes colectivas. Mayoritariamente pertenecen al plano no comunicativo. Estas fuentes en la mayor parte de los casos vienen nominadas indistintamente por su función o por su nombre, pertenecen ámbito institucional público y corresponden al plano del acontecer.

Si el mediador presenta la información remitida a las fuentes por medio de comillas, dichas fuentes aparecen con más frecuencia de forma nominal, remitiendo tan sólo parcialmente la información de la noticia, y corresponden en mayor medida a fuentes de naturaleza individual.

Generalmente no pertenecen al plano comunicativo; en la mayor parte de los casos vienen nominadas indistintamente por su función o por su nombre, pertenecen al plano institucional público, y corresponden al plano del acontecer.

Las fuentes cuya forma de presentación de la información se hace utilizando las paráfrasis y las comillas en una misma noticia, suelen pertenecer a fuentes nominales, que remiten la totalidad de la información de la noticia, y corresponden generalmente a fuentes individuales. Pertenecen con más frecuencia al plano no comunicativo. Estas fuentes en la mayor parte de los casos vienen nominadas por su función, están relacionadas con el plano de las instituciones públicas y pertenecen al plano del acontecer.

Individualidad de la Fuente.

Las fuentes de naturaleza individual, suelen aparecer en forma nominal, remiten tan sólo parte de la información de la noticia, y utilizan la paráfrasis y las comillas al mismo tiempo como forma de atribución mayoritaria. Estas fuentes, que suelen pertenecer al plano no comunicativo, en la mayor parte de los casos vienen nominadas por su función, pertenecen al plano institucional público, y al plano del acontecer.

Las fuentes de naturaleza colectiva, se presentan con más frecuencia en forma nominal (aunque también es habitual que se trate de fuentes genéricas), remiten en porcentajes similares tanto la totalidad de la información como sólo parte de ella en la noticia, y utilizan con más frecuencia la paráfrasis como forma de atribución. Mayoritariamente se trata

de fuentes no comunicativas. Estas fuentes en la mayor parte de los casos vienen nominadas por su nombre, pertenecen al plano institucional público y corresponden al plano del acontecer.

Comunicatividad de la Fuente.

Las fuentes de naturaleza no comunicativa, suelen aparecer presentadas de forma nominal, remiten tan sólo parte de la información de la noticia, y utilizan la paráfrasis como forma de atribución. Corresponden en igual medida a fuentes tanto individuales como colectivas. Estas fuentes en la mayor parte de los casos vienen nominadas por su nombre, están vinculadas al plano institucional público y se enmarcan en el plano del acontecer.

Las fuentes de naturaleza comunicativa, son presentadas mayoritariamente en forma nominal, es más frecuente que se las adscriba la totalidad de la información de la noticia, y la forma de atribución más común es la de la paráfrasis. Indistintamente se trata de fuentes tanto individuales como colectivas. Estas fuentes en la mayor parte de los casos vienen nominadas por su función en el relato, se inscriben dentro del plano de las instituciones comunicativas, y corresponden al plano de la comunicación.

Nominación de la Fuente.

Cuando las fuentes informativas son presentadas por el mediador de las noticias de teletexto por su nombre, mayormente se trata de fuentes de naturaleza nominal, que remiten sólo parcialmente la información de la noticia, y presentan los contenidos remitidos a la fuente en forma de

paráfrasis. En la mayor parte de los casos corresponden a fuentes colectivas, no comunicativas, que están relacionadas con el ámbito de las instituciones públicas y pertenecen al plano narrativo del acontecer.

Cuando las fuentes informativas son presentadas por el mediador de las noticias de teletexto por su función (por lo que es o hace), mayormente se trata de fuentes de naturaleza nominal, que remiten sólo parcialmente la información de la noticia, y presentan los contenidos remitidos a la fuente en forma de paráfrasis. En la mayor parte de los casos corresponden a fuentes individuales, no comunicativas, que están relacionadas con el ámbito de las instituciones públicas y pertenecen al plano narrativo del acontecer.

Cuando las fuentes informativas son presentadas por el mediador de las noticias de teletexto por su nombre y por su función (Ambos), mayormente se trata de fuentes de naturaleza nominal, que remiten tanto la totalidad, como sólo una parte de la información de la noticia, y presentan los contenidos remitidos a la fuente combinando las comillas y la paráfrasis en una misma noticia. En la mayor parte de los casos corresponden a fuentes de naturaleza individual, no comunicativas, que están relacionadas con el ámbito de las instituciones públicas y que pertenecen al plano narrativo del acontecer.

Institucionalidad de la fuente.

Las fuentes informativas que pertenecen al ámbito de las instituciones públicas y al ámbito no institucional son conformadas por el mediador de forma similar: suelen remitir generalmente a fuentes nominales,

a las que se adscribe sólo parcialmente la información de la noticia, y presentan los contenidos remitidos a la fuente en forma de paráfrasis. En la mayor parte de los casos corresponden a fuentes colectivas, no comunicativas, que vienen definidas por su función en la noticia, y pertenecen al plano narrativo del acontecer.

Las fuentes informativas que pertenecen al ámbito de las instituciones comunicativas suelen ser presentadas generalmente como fuentes nominales, a las que se adscribe la totalidad de la información de la noticia, y presentan los contenidos remitidos a la fuente en forma de paráfrasis. En la mayor parte de los casos son de naturaleza colectiva, pertenecen al plano comunicativo, que vienen definidas por su nombre en la noticia, y se circunscriben al plano narrativo del acontecer.

Plano Narrativo de la Fuente.

Las fuentes informativas que pertenecen al plano narrativo del acontecer son generalmente presentadas de forma nominal, a las que se adscribe sólo parcialmente la información de la noticia, y presentan los contenidos remitidos a la fuente en forma de paráfrasis. Corresponden indistintamente a fuentes individuales y colectivas, la mayor parte vienen definidas por su función en la noticia, y se trata normalmente de fuentes no comunicativas.

Las fuentes informativas que pertenecen al plano narrativo de la comunicación son generalmente presentadas de forma nominal, a las que se adscribe totalmente la información de la noticia (aunque también es frecuente

que remitan tan sólo una parte de la información), y presentan los contenidos remitidos a la fuente en forma de paráfrasis. Corresponden en su gran mayoría a fuentes colectivas, que vienen definidas por su nombre, y se trata sobre todo de fuentes comunicativas.

7.8.2. Analisis de la fuente en cuanto a los aspectos referenciales de la noticia.

1. Estructura Referencial.

La confección de la referencia informativa relativa a las fuentes informativas de las noticias de teletexto no depende de la estructura referencial de la noticia, es decir, no depende de que las noticias ofrezcan información sobre un solo referente (Noticias Unirreferenciales) o sobre más de un referente (Noticias Multirreferenciales).

Cuando el mediador utiliza el recurso a la fuente informativa, mayoritariamente en ambos tipos de noticias tienen las siguientes características:

- Presentan en mayor medida las fuentes de forma nominal.
- Utilizan generalmente la forma de paráfrasis para atribuir la información de la fuente.
- Suele tratarse de fuentes parciales, es decir, se les atribuye sólo parte de la información de la noticia.
- Corresponden con mayor frecuencia a fuentes colectivas y no comunicativas.

- En la gran mayoría de los casos se trata de fuentes relacionadas con el plano de las instituciones públicas.
- Suelen ser nominadas más habitualmente por su función en la noticia, que por su nombre.
- Pertenecen mayoritariamente al plano narrativo del acontecer.

2. Nivel de Actualidad.

El tratamiento de la fuente informativa generalmente no depende del contacto con la actualidad de las noticias de teletexto (Actuales, Permanecen de Actualidad y No Consta Actualidad):

- Presentan mayoritariamente las fuentes de forma nominal.
- Utilizan en mayor medida la forma de paráfrasis para atribuir la información de la fuente.
- Corresponden sobre todo a fuentes no comunicativas.
- En la gran mayoría de los casos se trata de fuentes relacionadas con el plano de las instituciones públicas.
- Pertenecen mayoritariamente al plano narrativo del acontecer.

Hay tres salvedades dignas de ser reseñadas y que aportan algunas diferencias en cuanto al contacto con la actualidad de las noticias de teletexto, con respecto al uso de la fuente.

En cuanto al nivel de atribución de la fuente (Total o Parcial): las noticias que Permanecen de Actualidad y en las que No Consta Actualidad aparecen en mayor medida fuentes a las que se les atribuye tan sólo una parte de la información de la noticia. Mientras que las noticias estrictamente Actuales suelen remitir generalmente la totalidad de la información que conforma la noticia.

En cuanto a la individualidad de la fuente (Individual o Colectiva): las noticias que Permanecen de Actualidad y en las que No Consta Actualidad utilizan en similar porcentaje fuentes individuales y colectivas. Sin embargo en las noticias Actuales se incluyen mayoritariamente fuentes de naturaleza colectiva.

En cuanto a la forma en que el mediador presenta la fuente en la noticia (Por su nombre, por su función o Ambos [por su nombre y por su función]): en las noticias que Permanecen de Actualidad y en las que No Consta Actualidad la mayor parte de las fuentes son presentadas por su función en el relato de la noticia. En el caso de las noticias Actuales, la mayor parte de las noticias son nominadas por su nombre.

3. Estructura de la información.

Tanto las noticias que se elaboran sólo con información de tipo principal, como las que contienen información de tipo principal y de tipo secundario, se comportan de forma similar en cuanto al uso de la fuente:

- Presentan generalmente las fuentes de forma nominal.

- Utilizan mayoritariamente la forma de paráfrasis para atribuir la información de la fuente.
- Se trata en la mayor parte de los casos de fuentes no institucionales.
- Corresponden en mayor medida a fuentes colectivas y no comunicativas.
- En la gran mayoría de los casos se trata de fuentes relacionadas con el plano de las instituciones públicas.
- Pertenecen mayoritariamente al plano narrativo del acontecer.

Hay dos diferencias entre las noticias confeccionadas sólo con material principal, y aquellas que contienen material principal y secundario, con respecto al uso de la fuente.

En primer lugar, hay diferencias en cuanto al nivel de atribución: las noticias elaboradas exclusivamente con material principal atribuyen en la mayor parte de los casos totalmente la información de la noticia a la fuente. Mientras que las noticias elaboradas con material principal y secundario que contienen fuentes informativas atribuyen en la mayor parte de los casos la información remitida a la fuente de forma parcial, es decir, tan sólo una parte de la información que conforma la noticia.

En segundo lugar, también existen diferencias en cuanto a la forma en que se nombra la fuente en la noticia con respecto a la estructura de la información: las noticias elaboradas sólo con material principal que

contienen fuentes, éstas son presentadas en similar porcentaje por su nombre y por la función que cumplen en el desarrollo del relato.

En el caso de las noticias de material principal y secundario, utilizan para confeccionar su referencia en la mayor parte de los casos fuentes que son presentadas por su función (por lo que son o hacen), y en menor medida son definidas por su nombre.

4. Material Secundario (Explicativo, de Contexto, Alternativo).

Las noticias que son elaboradas por el mediador con material explicativo, de contexto y alternativo, cuando adscriben información a las fuentes informativas, éstas suelen presentarse de la siguiente manera:

- Mayoritariamente de forma genérica.
- Atribuyendo parcialmente de la información de la noticia.
- Utilizando como forma de atribución en la mayor parte de los casos la paráfrasis.
- Suele tratarse en mayor medida de fuentes de naturaleza colectiva.
- Se trata en la gran mayoría de los casos de fuentes no comunicativas.
- Son presentadas o nominadas en la mayor parte de los casos por su función, y también en bastante proporción por su nombre.

- Pertenecen generalmente al plano o ámbito de las instituciones públicas.
- Corresponden en la inmensa mayoría de los casos al plano del acontecer.

7.8.3. Análisis de la fuente en cuanto a los aspectos estructurales de la noticia.

Las noticias extensas o Ampliadas conforman la referencia relativa a la adscripción explícita de la información a la fuente informativa de la siguiente manera:

Se trata de fuentes presentadas de forma nominal, cuyo nivel de atribución es parcial (sólo remiten parte de la información de la noticia), y que utilizan la paráfrasis como forma de atribución. Se trata mayoritariamente de fuentes colectivas, no comunicativas, y que son nominadas en la noticia por su función. Generalmente pertenecen al ámbito institucional público e institucional comunicativo, y corresponden al plano narrativo del acontecer.

En el caso de noticias breves que contienen fuentes informativas para conformar la referencia, lo hacen en la gran mayoría de los casos con fuentes presentadas de forma nominal. En cuanto al nivel de atribución de la información suele hacerse en la práctica totalidad de los casos de forma total, es decir, se remite toda información de la noticia a la fuente informativa. La gran mayoría de las fuentes que aparecen en las noticias breves utilizan la

paráfrasis como forma de atribución, son de naturaleza colectiva, y se trata de fuentes no comunicativas. Son presentadas por el mediador en más de la mitad de los casos por su nombre y en menor medida por lo que son o hacen en la noticia (por su función). Confeccionan mayoritariamente su referencia con fuentes que pertenecen al plano de las instituciones públicas, aunque son relativamente importantes los casos en que se confeccionan con fuentes no institucionales. Y la gran mayoría de las fuentes que conforman la referencia en las noticias breves pertenecen al plano narrativo del acontecer.

Con independencia de la sección informativa en la que el medio teletexto ubique las noticias de teletexto que contengan información relativa a la fuente informativa, ésta no varía en función de las secciones en las que aparecen las noticias.

CAPITULO 8.

ANALISIS DE LOS REFERENTES EN LAS NOTICIAS DE TELETETO.

8.1. ANALISIS DEL REFERENTE

Este capítulo se centra en el análisis de los objetos de referencia seleccionados por los mediadores, sobre los cuales se construyen los relatos que dan forma a los productos comunicativos del teletexto que interesan a esta investigación. De los resultados obtenidos podremos extraer algunos de los modelos o formas de hacer generales seguidas por los profesionales de la información a la hora de seleccionar y tratar los acontecimientos, que por su relevancia se consideran deben pasar a formar parte de la oferta informativa de los servicios de teletexto en España.

En las siguientes páginas abordaremos el estudio de los objetos de referencia de las noticias de teletexto desde tres niveles diferenciados:

1. Análisis de los referentes en cuanto a su clasificación en torno a ámbitos temáticos.

2. Análisis de las noticias (aspectos estructurales y referenciales) en cuanto a los ámbitos temáticos en los que se clasifican los objetos de referencia.

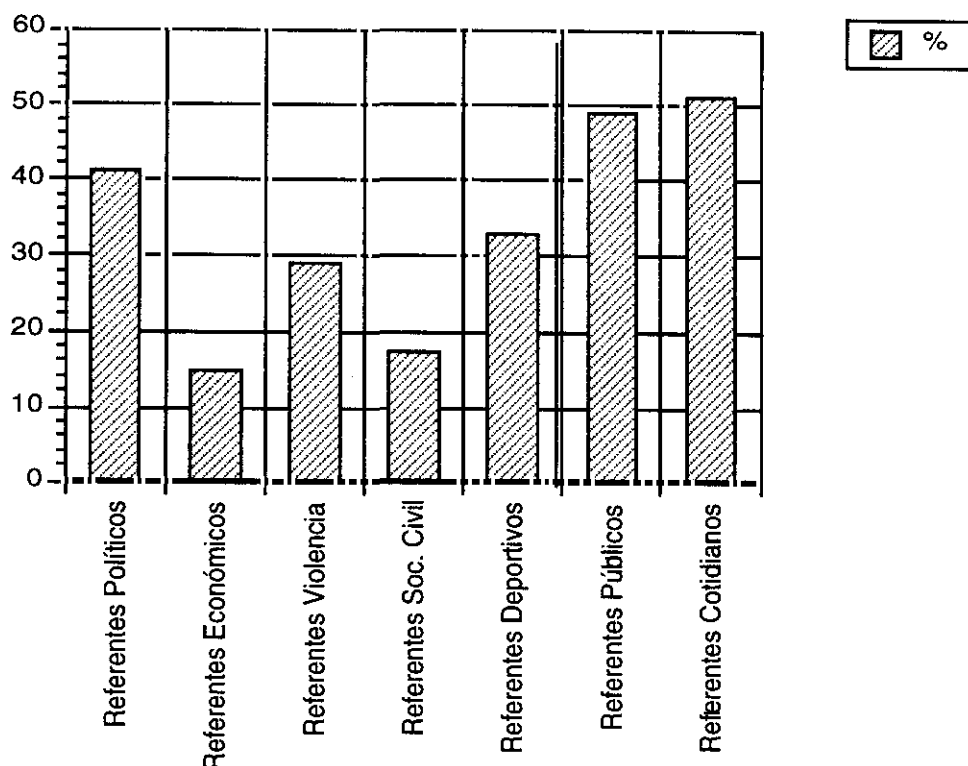
3. Análisis de los de los datos de referencia en cuanto a los ámbitos temáticos en los que se clasifican los objetos de referencia.

8.1.1. Análisis de la referencia en los referentes informativos del teletexto.

El estudio de los objetos de referencia ha sido abordado frecuentemente en las investigaciones científicas clásicas sobre comunicación agrupando los distintos referentes en torno a grandes temas a los que remiten los acontecimientos de los que tratan.

Siguiendo esta línea clásica de investigación, el primer nivel de análisis de los referentes de las noticias de teletexto que proponemos es el de su clasificación de acuerdo a los ámbitos temáticos generales que se han considerado más adecuados para englobar el conjunto del universo de objetos de referencia seleccionado.

Gráfico N° 1. Capítulo 8.
Distribución de los ámbitos temáticos de las noticias de teletexto.



En torno a cuatro de cada diez referentes que aparecen en las noticias de teletexto son o pertenecen al ámbito político o institucional. También son frecuentes los referentes pertenecientes al mundo de los deportes y de la violencia, que representan en torno a tres de cada diez casos, respectivamente, de los recogidos a partir de la muestra. Y son menos habituales los referentes que pertenezcan al mundo de la economía y la sociedad civil.

Los referentes de los que se ofrece información en el teletexto pertenecen ligeramente con más frecuencia al mundo de lo cotidiano que al mundo de lo público.

En la mayor parte de las investigaciones generalmente se suele limitar la adscripción temática de objetos de referencia a un solo ámbito temático. Pero esta clasificación nos parece muy poco flexible y que no agota la temática del acontecer, por lo que proponemos un doble modelo de análisis de los referentes en cuanto a su ámbito temático: *Referentes de ámbito único* (cuando un referente únicamente se circunscribe un determinado ámbito temático), o de *Referentes de ámbito compartido* (un referente participa de más de un ámbito temático o referencial).

	Referentes Política	Referentes Economía	Referentes Violencia	Referentes Soc. Civil	Referentes Deportes	Referentes Públicos	Referentes Cotidianos
<i>Referentes Política</i>		226 22.%	393 38.%	123 12.%	25 2.%	1024 100.%	0 0.%
<i>Referentes Economía</i>	226 58.%		77 20.%	33 8.%	21 5.%	387 100.%	0 0.%
<i>Referentes Violencia</i>	393 54.%	77 11.%		62 8.%	37 5.%	430 59.%	298 61.%
<i>Referentes Soc. Civil</i>	123 28.%	33 7.%	62 14.%		26 6.%	147 34.%	292 66.%
<i>Referentes Deportes</i>	25 3.%	21 2.%	37 4.%	26 3.%		43 5.%	794 95.%
<i>Referentes Públicos</i>	1024 83.%	387 31.%	430 35.%	147 12.%	43 3.%		
<i>Referentes Cotidianos</i>	0 0.%	0 0.%	298 23.%	292 22.%	794 61.%		

Cuadro Nº 1. Capítulo 8. Interrelaciones de los ámbitos temáticos en las noticias de teletexto.

El conjunto de los referentes de los que el teletexto ofrece información en sus noticias muestra que, la mayor parte los casos pertenecientes a los ámbitos político, económico, de la violencia, y de sociedad civil comparten más de un ámbito temático (Referentes de Ambito Compartido). Cuando así sucede, lo más frecuente es que su apertura referencial se relacione con el ámbito de la política.

Por otro lado, la gran mayoría de los referentes que se adscriben a un sólo ámbito temático (de Ambito Unico), o de cierre referencial, corresponden a objetos de referencia deportivos.

Por tanto se puede afirmar que los referentes que aparecen en las noticias del teletexto responden a un doble modelo temático o referencial:

-Referentes de ámbito compartido. Correspondientes a los referentes políticos, económicos, de la violencia y de la sociedad civil. Se relacionan mayoritariamente con la temática política¹. Y en mucha menor medida con el ámbito de la violencia.²

- Referentes de ámbito único. Correspondientes al ámbito deportivo.

El modelo temático de los referentes en las noticias de teletexto apunta a que se concede más importancia a los temas políticos (que aparte de los objetos de referencia exclusivamente políticos, participan también en los referentes económicos, violentos y sociales), y a los temas deportivos, que generalmente no comparten temática con el resto de los ámbitos

¹ “El sistema político recibe una atención privilegiada por parte de los mass media: entre los sujetos sociales productores de hechos-ruptura y de hechos-noticia emerge en los mass media un sujeto privilegiado _ la clase política _ depositaria de la función de continuidad y mantenimiento del orden.... En los telediaros, donde se dan sobre todo selecciones de primer grado, hay un grado de presencia del sistema político desproporcionado con relación a su peso en el sistema social. Se da una hiperrepresentación del sistema político.” RODRIGO ALSINA, M. *La construcción de la noticia*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1996,pág. 124-132.

² “La violencia, bajo las formas más diversas, está lejos de apartarse de nuestra vida social: crímenes, agresiones, violaciones, secuestros, muertes, altercados, huelgas, arrestos, palizas_ sin hablar de las acciones de guerra_ son hechos de extrema vulgaridad. Sin embargo, a pesar de esta vulgaridad, de alguna forma estadística, los mass media no dejan de recordarnos, que la violencia conserva en la vida de la mayor parte de los ciudadanos, un carácter excepcional y, por así decirlo, escandaloso.” BURGELIN, O. *La comunicación de masas*. Barcelona, ATE, 1974, pág. 165.

temáticos, es decir, los referentes deportivos agotan su temática exclusivamente en el ámbito deportivo.³

En cuanto a la pertenencia de los objetos de referencia al ámbito público o cotidiano, la práctica totalidad de los referentes políticos y económicos pertenecen al mundo de lo público. Sin embargo, la mayor parte de los referentes de violencia y sociedad; y la inmensa mayoría de los referentes deportivos, se adscriben al mundo de lo cotidiano.

8.2. ANALISIS DEL REFERENTE EN RELACION CON LA NOTICIA,

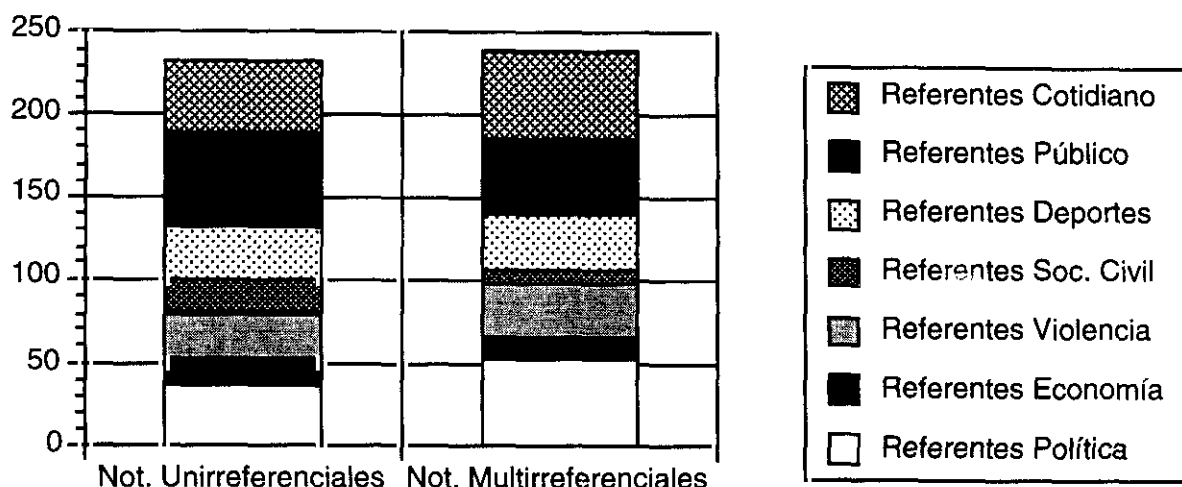
8.2.1. Análisis de los aspectos referenciales de la noticia en cuanto a los ámbitos temáticos.

El análisis de los referentes con respecto a las características de las noticias en las que aparecen, se lleva a cabo atendiendo en primer lugar a los aspectos referenciales de las noticias de teletexto, que son aquellos aspectos propiamente comunicativos.

El primer nivel del estudio del referente en cuanto a los aspectos referenciales es el que se refiere a la estructura referencial de las noticias de teletexto (ver Anexos, Cuadro 2, Capítulo 8), y se sintetiza en el gráfico que aparece a continuación.

³ Ortego Costales apuntaba en su libro *Noticia, Actualidad, Información* la tendencia de la prensa a la agrupación de sus contenidos en torno a dos grandes bloques que cubrían la mayor parte de su panorama informativo, “alguna parte de la prensa actual, sufre una hipertrofia de política y deporte. Hace un verdadero alarde de información en estos dos órdenes a costa de los demás.” ORTEGO COSTALES, J. *Noticia, Actualidad, Información*. Pamplona, Universidad de Navarra, 1966, pág. 58.

Gráfico N° 2. Capítulo 8.
Distribución de los ámbitos temáticos según la estructura referencial de las noticias de teletexto.



Las noticias unirreferenciales conforman su referencia, en mayor medida, ofreciendo información sobre referentes políticos y deportivos. También son habituales los referentes de violencia. Y en menor medida que traten sobre referentes de sociedad civil y de economía.

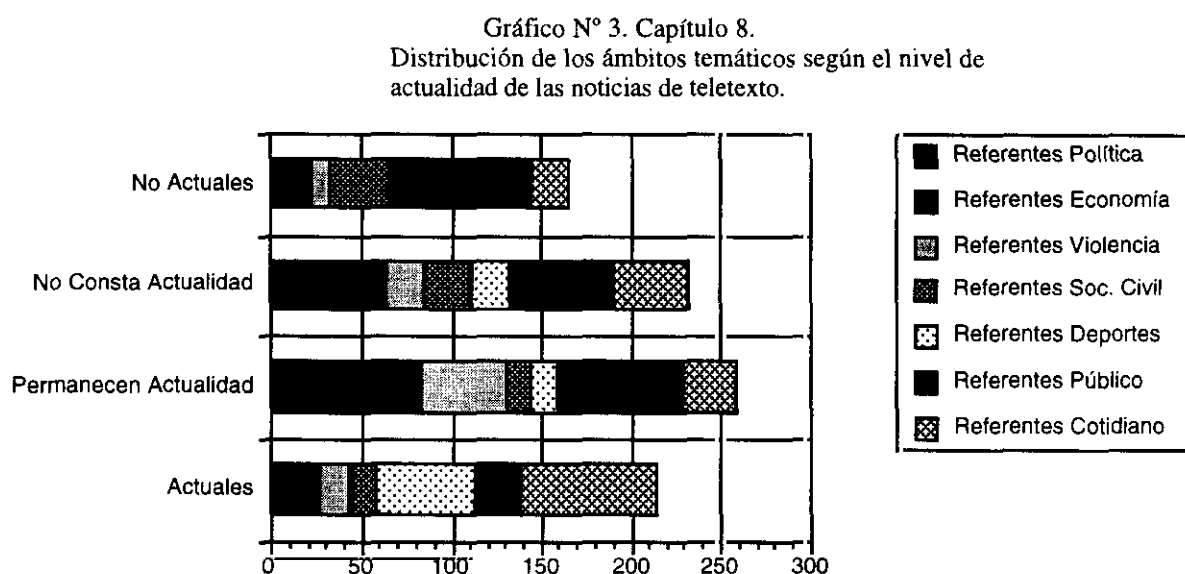
En el caso de las noticias multirreferenciales, más de la mitad de los casos corresponden a referentes de naturaleza política. Siendo también frecuente que incluyan referentes sobre deportes y violencia. Y es poco frecuente que las noticias multirreferenciales incluyan referentes económicos, y menos aún referentes relativos a la sociedad civil.

Las noticias unirreferenciales tratan mayoritariamente sobre referentes relativos al mundo de lo público; mientras que las noticias multirreferenciales incluyen en mayor medida referentes pertenecientes al mundo de lo cotidiano.

Con independencia de cuál sea el ámbito temático del referente, en todos los casos, los referentes aparecen mayoritariamente en noticias

unirreferenciales. Lo mismo sucede con los referentes de ámbito público o cotidiano, los dos tipos de referentes aparecen con mucha mayor frecuencia en noticias unirreferenciales, que en noticias multirreferenciales.

El siguiente aspecto con el que se relaciona el estudio de los referentes, es el mayor o menor contacto con la actualidad de las noticias de teletexto en que se ubican (ver cuadro 3, Capítulo 8), y que queda representado en el siguiente gráfico.



Las noticias de las que el teletexto da cuenta por primera vez (Actuales) incluyen mayoritariamente información sobre referentes de naturaleza deportiva. Mientras que las que ofrecen nueva información sobre objetos de referencia que ya han sido mencionados con anterioridad en la oferta informativa del teletexto (Permanecen de Actualidad), y las noticias en que no puede discernirse si es la primera vez que aparecen en el medio o ya han sido mencionadas por él (No Consta Actualidad), tratan sobre todo de referentes políticos.

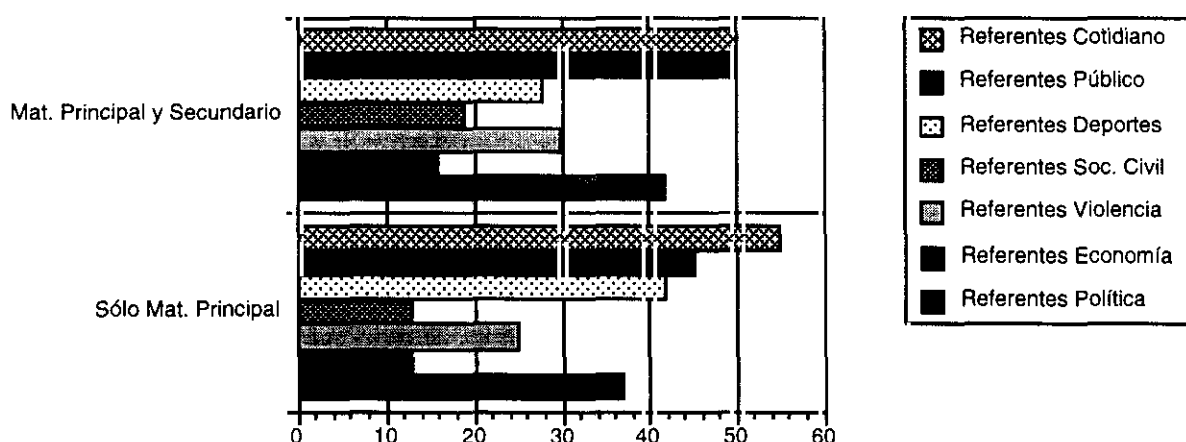
Los referentes de los ámbitos político, económico, de violencia y los relativos al ámbito público aparecen mayoritariamente en noticias que permanecen de actualidad, seguidos de noticias en que no consta actualidad. Y en menor medida en noticias estrictamente actuales.

Los referentes relativos al mundo de la sociedad civil aparecen con más frecuencia en noticias en que no consta actualidad y en noticias actuales. Y en menor medida en noticias que permanecen de actualidad.

Una amplia mayoría de referentes deportivos y relativos al mundo de lo cotidiano aparecen en noticias actuales, y es menos frecuente que se ubiquen en noticias que permanecen de actualidad y en las que no consta la actualidad.

El estudio de los referentes en cuanto al tipo de material (Sólo Principal, o Principal y Secundario) con el que el mediador elabora las noticias de teletexto, (ver Anexos, Cuadro 4, Capítulo 8) se sintetiza en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 4. Capítulo 8.
Distribución de los ámbitos temáticos según la estructura de la información de las noticias de teletexto.

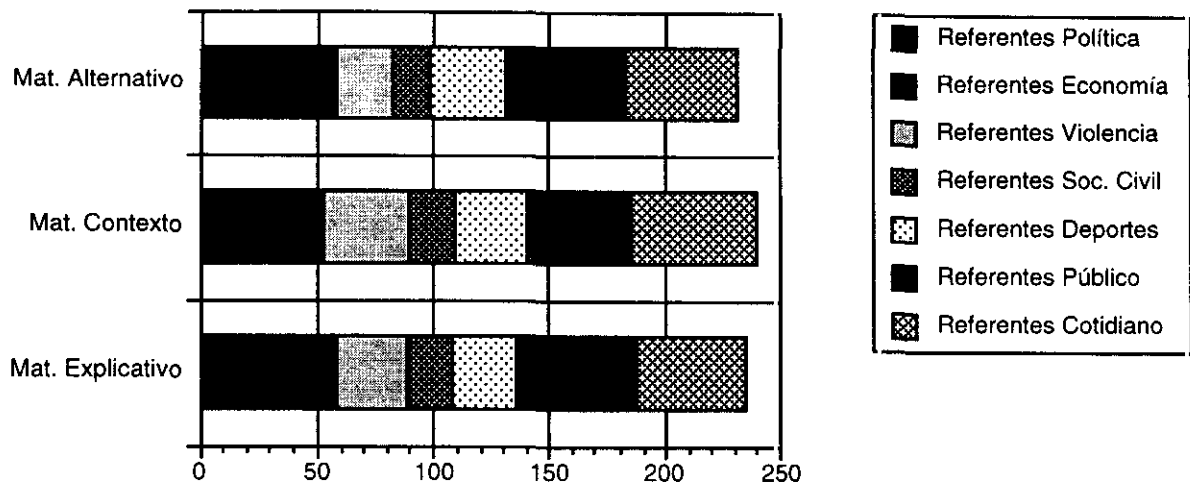


Las noticias que son elaboradas por el mediador utilizando sólo la información principal suelen tratar más frecuentemente sobre referentes deportivos y políticos. Y en menor medida sobre referentes relativos al mundo de la violencia. Y que pertenecen con más frecuencia al plano de lo cotidiano.

Las noticias confeccionadas con material principal y secundario incluyen información con más frecuencia de referentes políticos. Y menos habitualmente de referentes violentos y deportivos. Y se trata de referentes que pertenecen en similares porcentajes al plano público y al cotidiano.

Las noticias que estructuran su referencia con material secundario de tipo explicativo, de contexto y alternativo (ver Anexos, Cuadros n° 5, 6 y 7, Capítulo 8) tratan en todos los casos en mayor medida sobre referentes relativos al mundo de la política, y en menor medida de la violencia y de los deportes. Siendo mucho menos frecuentes los referentes económicos y de sociedad civil. En todos los casos se utilizan en porcentajes similares referentes relativos al plano público y al plano cotidiano.

Gráfico N° 5. Capítulo 8.
Distribución de los ámbitos temáticos en cuanto a la presencia de material Explicativo, de Contexto y Alternativo en las noticias de teletexto.

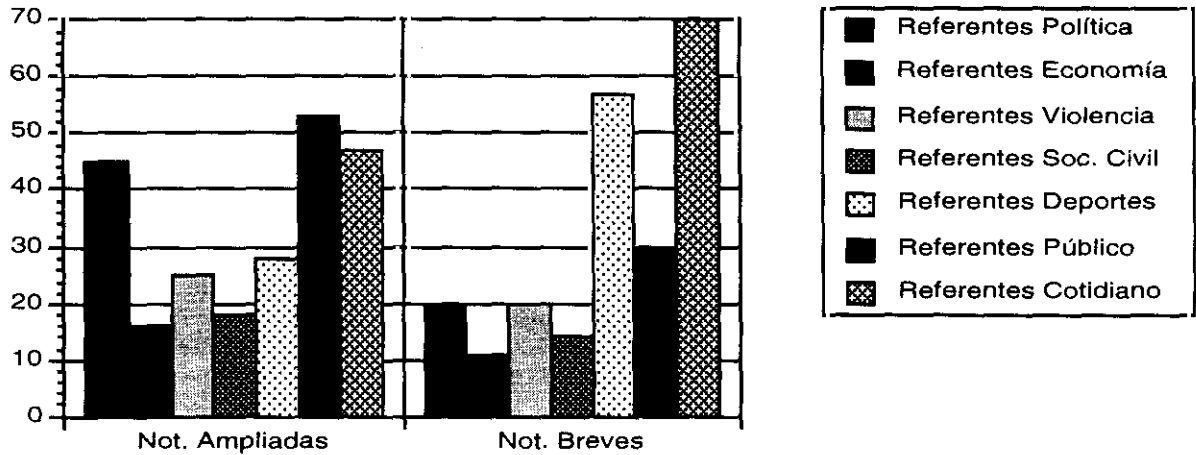


La confección de la referencia relativa a la adscripción de los referentes a ámbitos temáticos o referenciales en las noticias de teletexto no depende de los aspectos referenciales de la noticia.

8.2.2. Análisis de los aspectos estructurales de la noticia en cuanto a los ámbitos temáticos.

El análisis los objetos de referencia en relación con los aspectos estructurales impuestos por el medio, se lleva a cabo en primer lugar atendiendo a la cantidad de información con la que se elaboran las noticias de teletexto, (ver Anexos, Cuadro 8, Capítulo 8).

Gráfico N° 6. Capítulo 8.
Distribución de los ámbitos temáticos según la extensión de las noticias de teletexto.



Las noticias que por su mayor extensión denominamos Ampliadas, incluyen información mayoritariamente sobre referentes de naturaleza política. También son relativamente frecuentes en las noticias ampliadas los referentes deportivos y de violencia. Y son menos habituales los casos de noticias ampliadas que contienen información sobre referentes de sociedad civil y de economía. Mientras que las noticias breves son elaboradas en mayor medida en torno a referentes relativos al ámbito deportivo, seguidos de los referentes pertenecientes al ámbito de la política y de la violencia. Y en mucha menor medida incluyen objetos de referencia sobre economía y sociedad civil.

En cuanto al ámbito público o cotidiano de los referentes que conforman las noticias Ampliadas y las noticias breves también existen diferencias: *las noticias ampliadas conforman su referencia temática, en una ligera mayor proporción, en torno a referentes relativos al mundo de lo público. Las noticias breves, sin embargo, elaboran su información mucho*

más frecuentemente ofreciendo información sobre referentes relativos al mundo de lo cotidiano.

El segundo nivel de análisis estructural de las noticias de teletexto en relación con los referentes, es el relacionado con las secciones en las que aparecen presentadas dichas noticias, (ver Anexos, Cuadro 9, Capítulo 8).

Las secciones en que el teletexto estructura espacial/temáticamente su información determinan la construcción de la referencia temática de la noticia. Las noticias de cada sección incluyen mayoritariamente referentes que por su temática les son afines. Así, las noticias de Nacional e Internacional incluyen sobre todo objetos de referencia políticos; la secciones de Sociedad, Curiosas y Ecología confeccionan sus noticias en mayor medida con referentes relativos a la sociedad civil; y las noticias de sucesos confeccionan su referencia más habitualmente tratando sobre referentes de naturaleza violenta.

Las noticias de las secciones de Nacional, Internacional y Local elaboran su referencia ofreciendo información más habitualmente sobre referentes relativos al mundo de lo público. Frente a las noticias del resto de las secciones que la elaboran sobre referentes relativos al ámbito de lo cotidiano, especialmente las noticias de la secciones de Deportes y Sucesos.

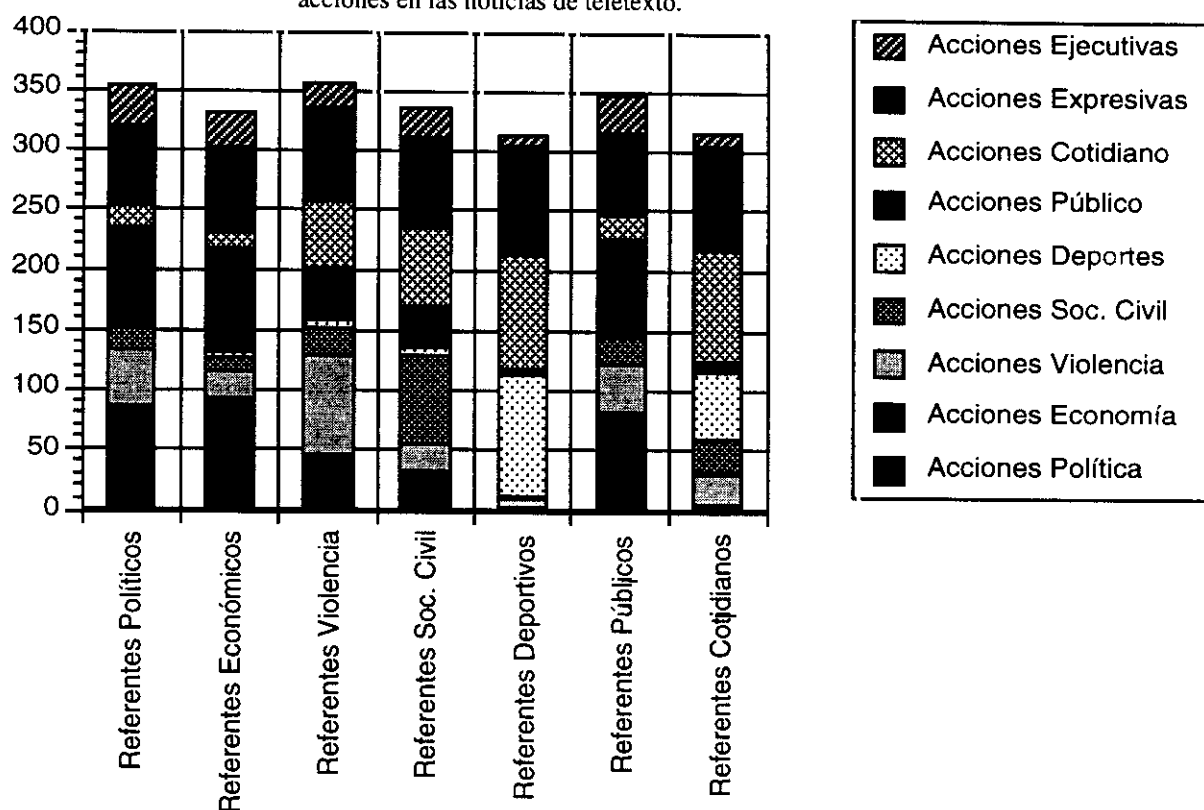
8.3. ANALISIS LOS DATOS DE REFERENCIA EN FUNCION DE LOS AMBITOS TEMATICOS DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

El tercer nivel de análisis del referente trata de establecer las relaciones entre los ámbitos temáticos a los que se adscriben las noticias y el tratamiento de los datos de referencia.

8.3.1. Análisis de las acciones de las noticias de teletexto en cuanto a los ámbitos temáticos de los objetos de referencia.

El tratamiento de las acciones que aparecen en las noticias del teletexto en cuanto al ámbito temático, sirve para reforzar la temática de los objetos de referencia a los que pertenecen. Se sintetiza en el siguiente gráfico, que corresponde al Cuadro nº 10 del Capítulo 8 de Anexos.

Gráfico N° 7. Capítulo 8.
Distribución de los ámbitos temáticos según el ámbito de las acciones en las noticias de teletexto.



Los referentes de naturaleza política y económica confeccionan su información sobre todo con acciones del ámbito político. El resto de los referentes temáticos conforman su referencia mayoritariamente con acciones relativas a su propio ámbito; es decir, los referentes de violencia utilizan acciones sobre violencia, los de sociedad civil con acciones relativas a la sociedad civil y los deportivos con acciones deportivas.

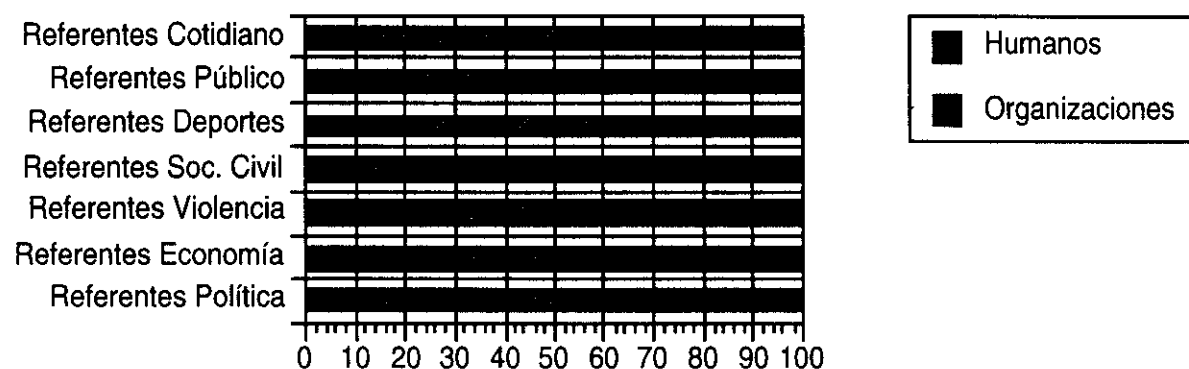
Los referentes de naturaleza política y económica confeccionan su información con acciones que pertenecen al ámbito de lo público. Mientras que los referentes del resto de los ámbitos utilizan más frecuentemente acciones temáticas del mundo de lo cotidiano.

Cualquiera que sea el ámbito temático del referente, incluye mayoritariamente acciones de tipo ejecutivo, en detrimento de las acciones comunicativas, que aparecen con mucha menor frecuencia.

8.3.2. Análisis de los actores de las noticias de teletexto en cuanto a los ámbitos temáticos de los objetos de referencia.

El estudio de los referentes de las noticias de teletexto en relación con el tratamiento de los actores que aparecen en ellas, en primer lugar remite a la naturaleza del actor (Humanos u organizaciones).

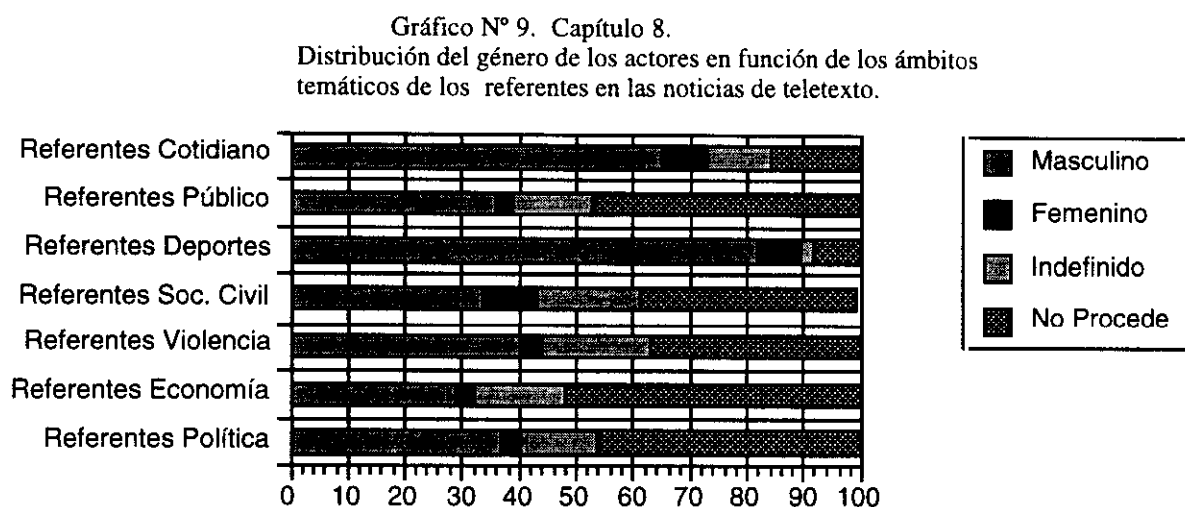
Gráfico N° 8. Capítulo 8.
Distribución la naturaleza de los actores (Humanos u Organizaciones) en función de los ámbitos temáticos de los referentes en las noticias de teletexto.



Los referentes de los ámbitos temáticos de política, violencia, sociedad civil y deportes confeccionan su referencia incluyendo mayoritariamente (en torno a seis de cada diez casos) información sobre actores de naturaleza humana. Sólo los referentes relativos al mundo de la economía se desmarcan de esta tendencia, e incluyen en más de la mitad de los casos actores organizacionales.

Tanto los referentes pertenecientes al ámbito público, como los correspondientes al ámbito cotidiano incluyen para la confección de las noticias en la mayor parte de los casos actores humanos.

El análisis de los ámbitos temáticos de los referentes en cuanto al género de los personajes que intervienen en el relato se esquematiza en el siguiente gráfico:

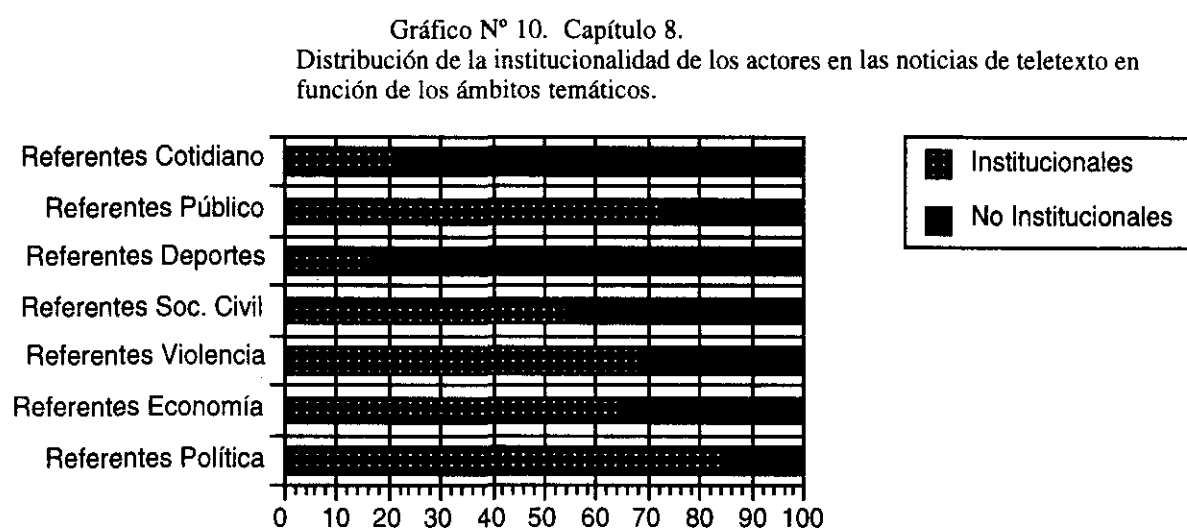


Los referentes políticos, económicos y de sociedad civil incluyen en mayor medida actores a los que no procede aplicarles el género, seguidos de los actores masculinos. En el caso de los referentes de sociedad civil y de deportes son más frecuentes los actores masculinos, especialmente en los relativos al ámbito deportivo. La aparición de actores femeninos es muy poco habitual en la confección de la referencia informativa.

Los referentes pertenecientes al mundo de lo público se confeccionan mayoritariamente con actores en los que no procede su género y son también frecuentes los actores masculinos. Los actores de género indefinido son poco habituales, y en muy raras ocasiones aparecen actores femeninos.

Los referentes cotidianos conforman su referencia mayoritariamente con actores masculinos, y son menos frecuentes los actores en que no procede el género y los actores indefinidos. Los actores femeninos son también muy poco habituales en los referentes cotidianos.

En cuanto a la pertenencia o no al plano institucional de los personajes en función de los ámbitos temáticos de los objetos de referencia de las noticias de teletexto, se aprecian algunas especificidades.

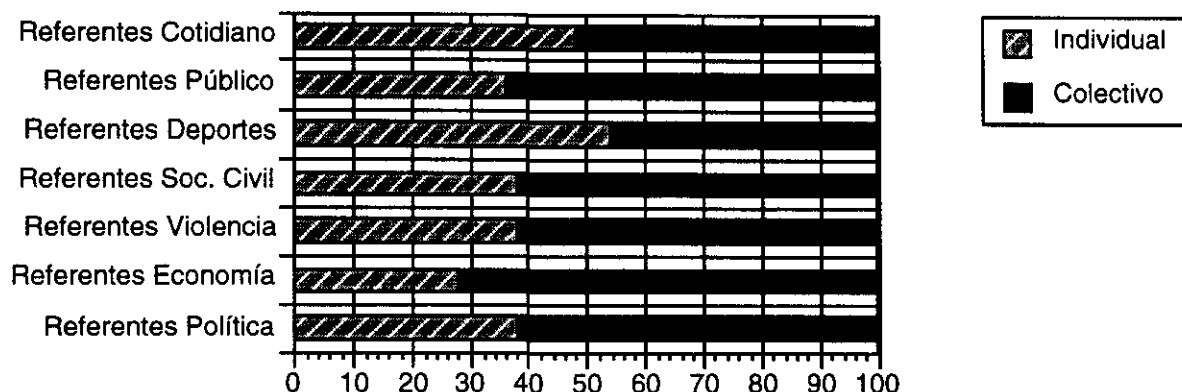


Los referentes relativos a los ámbitos de la política, de la economía, de la violencia y de la sociedad civil contienen sobre todo actores relacionados o pertenecientes a las instituciones públicas. Por el contrario los referentes deportivos se confeccionan mayoritariamente con actores no institucionales.

Los referentes pertenecientes al mundo de lo público utilizan mayormente actores institucionales, mientras que los actores que aparecen en los referentes cotidianos corresponden sobre todo a actores no institucionales.

La naturaleza individual o colectiva de los actores en cuanto a los ámbitos temáticos de las noticias de teletexto, ofrece algunas diferencias significativas en su tratamiento.

Gráfico N° 11. Capítulo 8.
Distribución de la individualidad de los actores en cuanto a los ámbitos temáticos de los referentes en las noticias de teletexto.

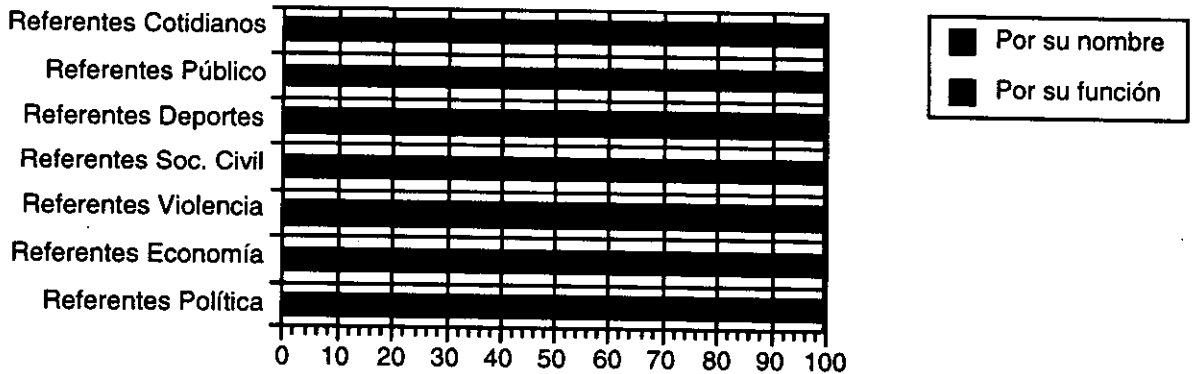


Los referentes políticos, económicos, de violencia y de sociedad civil presentan más frecuentemente (entre cinco y siete de cada diez personajes) actores de naturaleza colectiva. En los referentes deportivos, sin embargo, son más frecuentes los actores individuales (cerca de seis de cada diez casos).

Los referentes pertenecientes al mundo de lo público utilizan un mayor porcentaje de actores colectivos (más de seis de cada diez), que los referentes relativos al mundo de lo cotidiano, en los cuales se incluyen algo más del cincuenta por ciento de actores colectivos, y un ligero porcentaje inferior de actores individuales.

La forma en que el mediador de teletexto identifica los actores en función de los referentes de los que se dan cuenta en las noticias de teletexto, muestra que los objetos de referencia de todos los ámbitos temáticos son definidos mayoritariamente por su nombre en el relato.

Gráfico N° 12. Capítulo 8.
Distribución de la identificación de los actores en función de los ámbitos temáticos de los referentes en las noticias de teletexto.

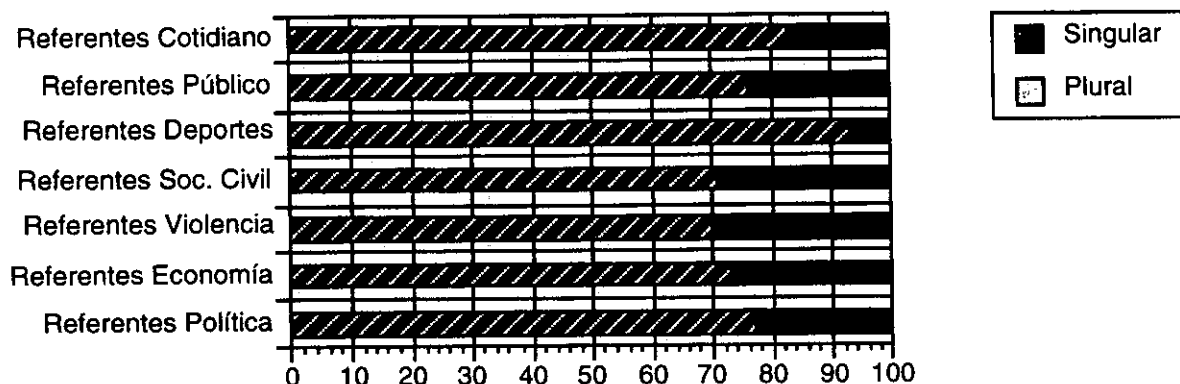


Los actores que aparecen en las noticias de teletexto son identificados en la mayor parte de los casos por su nombre, en lugar de por su función en el relato, con independencia del ámbito temático del referente. En el caso de los referentes deportivos, es todavía mayor el número de actores definidos por su nombre (en torno a nueve de cada diez actores).

Tanto los referentes públicos, como los cotidianos se confeccionan mayormente con actores definidos por su nombre, y es menos frecuente que contengan actores definidos por su función.

La singularidad o pluralidad de los actores en cuanto al ámbito referencial de las noticias de teletexto, no ofrece diferencias significativas.

Gráfico N° 13. Capítulo 8.
Distribución de la singularidad de los actores de las noticias de teletexto
en función de los ámbitos temáticos.



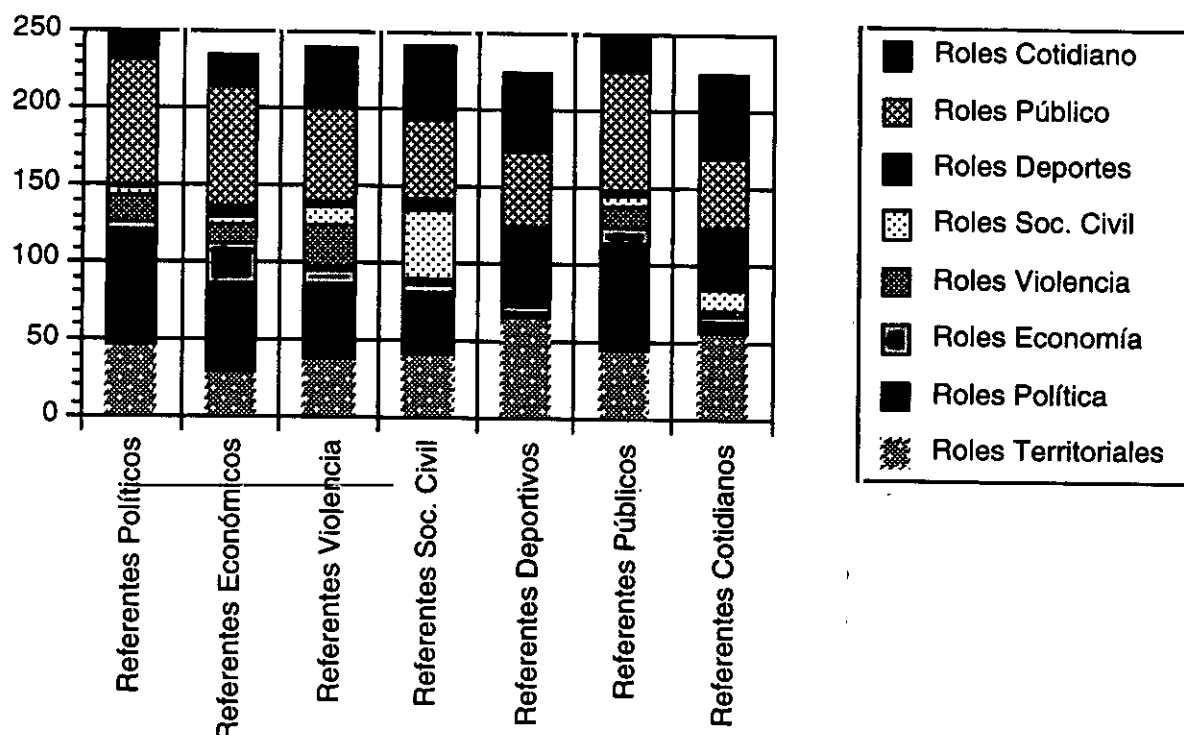
Con independencia del ámbito temático del referente, en todos los casos presentan mayoritariamente sus actores en singular. En el caso de los referentes deportivos los actores presentados en singular representan más de nueve de cada diez actores. Y es muy poco habitual en todos los ámbitos que aparezcan actores presentados en plural.

En cuanto al ámbito público o privado del referente, en ambos casos presentan en mucha mayor medida los actores en singular, que en plural.

8.3.3. Análisis de los roles de las noticias de teletexto en cuanto a los ámbitos temáticos de los objetos de referencia.

El tratamiento de las funciones explícitas de los personajes de teletexto en función de los ámbitos temáticos del referente, se sintetiza en el siguiente gráfico, que corresponde al Cuadro n° 17 del Capítulo 8 de los Anexos.

Gráfico N° 14. Capítulo 8.
Distribución de los ámbitos del rol en las noticias de teletexto
según el ámbito referencial.



Los referentes de naturaleza política, económica y de violencia confeccionan la información relativa a las funciones explícitas de los personajes, mayoritariamente con roles relativos al ámbito político, seguidos de los roles de carácter territorial. Los referentes temáticos de Sociedad civil conforman su referencia en mayor medida con roles territoriales, y también políticos. Y los referentes de deportes incluyen mayoritariamente roles territoriales y deportivos.

Los referentes cuyos ámbitos temáticos son la política, la economía y la violencia confeccionan su información en mayor medida con roles que pertenecen al ámbito de lo público. Mientras que los roles de los

referentes de sociedad civil y deportes corresponden en la mitad de los casos a roles públicos y en la otra mitad a roles de naturaleza cotidiana.

Los referentes pertenecientes al mundo de lo público se confeccionan mayoritariamente con funciones explícitas pertenecientes al mundo de lo público, mientras que los referentes relacionados con el mundo cotidiano son elaborados en más de la mitad de los casos con roles asociados al mundo de lo cotidiano.

8.3.4. Análisis de la temporalidad de las noticias de teletexto en cuanto a los ámbitos temáticos de los objetos de referencia.

Los referentes de las noticias del teletexto, sea cual sea su ámbito referencial o temático, son elaborados por el mediador en la mayor parte de los casos (entre siete y ocho de cada diez casos) ofreciendo referencias temporales exclusivamente de presente. Los casos que conforman su referencia temporal en pasado/presente y presente/futuro, representan alrededor de uno o dos de cada diez referentes, respectivamente. Los casos en que aparecen referentes cuya temporalidad es en pasado, futuro o pasado/presente/futuro son prácticamente residuales (entre el uno y el dos por ciento de los casos) en los referentes de cualquier ámbito temático.

Los referentes de ámbito público y cotidiano son elaborados por el mediador de las noticias de teletexto de forma similar a los anteriores: en torno a las tres cuartas partes de los referentes (tanto públicos como cotidianos) ofrecen información relativa al presente para confeccionar su temporalidad. Entre uno y dos de cada diez ofrecen referencias al

pasado/presente y al presente/futuro. Y sólo en casos excepcionales se ofrecen referencias temporales al pasado, al futuro y al pasado/presente/futuro.

8.3.5. Análisis de la espacialidad de las noticias de teletexto en cuanto a los ámbitos temáticos de los objetos de referencia.

Espacialidad NACIONAL

Algo más de la mitad de los referentes de las noticias de teletexto se ubican geográficamente en España.

Los referentes pertenecientes a la mayor parte de los ámbitos temáticos ubicados en España, sitúan su espacialidad en la mayor parte de los casos en el ámbito Nacional, seguidas de las noticias de carácter Local y menos frecuentemente en el ámbito autonómico. Excepto los referentes de Sociedad civil que pertenecen más frecuentemente al ámbito Local.

Los referentes relativos al mundo de lo público que se desarrollan en el ámbito geográfico español , son en su mayor parte de ámbito Nacional (dos tercios de los casos), en torno a dos de cada diez pertenecen al ámbito Local y en un 15% corresponden al ámbito Autonómico.

Los referentes relativos al mundo de lo cotidiano, en más de la mitad de los casos se ubican en el ámbito Nacional, en torno a cuatro de cada diez pertenecen al ámbito Local y es muy poco frecuente encontrar referentes del mundo de lo cotidiano relativos al ámbito Autonómico (menos del 5% de los casos).

Espacialidad INTERNACIONAL

La mayor parte de los referentes internacionales sea cual sea su ámbito temático tratan mayoritariamente sobre acontecimientos que se producen en Europa Occidental, Europa Oriental, y menos frecuentemente en América del Norte, América Latina y Oriente Medio. Y es poco habitual que el teletexto tome en cuenta los acontecimientos que se producen en Africa, Asia y Oceanía.

Los referentes relativos al mundo de lo Público de espacialidad internacional, aparecen con más frecuencia en Europa Oriental (28%) y Europa Occidental (26%). En Africa, América del Norte, América Latina y Oriente Medio en torno al 7-10% según los casos. Y son muy poco frecuentes en Asia y Oceanía.

En los referentes relativos al mundo de lo Cotidiano de espacialidad internacional, el 44% de los casos aparecen en Europa Occidental. En América del Norte y América Latina (entre el 11 y el 15%). Y son poco frecuentes (entre el 3 y el 6% de los casos) en Africa, Asia, Europa Oriental, Oceanía y Oriente Medio.

En el cuadro de la página siguiente se recogen los espacios geográficos internacionales en cuanto a su mayor o menor presencia en función de los ámbitos temáticos del referente.

Referentes	Europa Occidental	América del Norte América Latina Oriente Medio	Asia Oceanía
Referentes Políticos	Europa Oriental Europa Occidental	Africa América del Norte América Latina Oriente Medio	Asia Oceanía
Referentes Económicos	Europa Occidental	América del Norte. Asia.	Africa América Latina Europa Oriental Oceanía Oriente Medio
Referentes Violencia	Europa Oriental	Oriente Medio Europa Occidental Africa América Latina	América del Norte Asia Oceanía
Referentes Soc. Civil	Europa Occidental	América del Norte América Latina Asia. Europa Oriental	Africa. Oriente Medio. Oceanía.
Referentes Deportivos	Europa Occidental	América del Norte América Latina	Africa. Oriente Medio. Oceanía. Europa Oriental Asia.
Referentes Públicos	Europa Occidental Europa Oriental	América del Norte América Latina. Oriente Medio Africa.	Asia. Oceanía.
Referentes Cotidianos	Europa Occidental	América del Norte América Latina	Africa. Oriente Medio. Oceanía. Europa Oriental Asia.

Relaciones entre la espacialidad internacional y los ámbitos temáticos de los referentes en las noticias de teletexto.

8.3.6. Análisis de la causalidad de las noticias de teletexto en cuanto a los ámbitos temáticos de los objetos de referencia.

Con independencia del ámbito temático de los referentes, así como del ámbito público o cotidiano de los mismos, en todos los casos la presencia de causas se sitúa en torno al 22-25% de los casos, excepto en los referentes de naturaleza económica, donde son menos frecuentes y tan solo en el 15% de los casos aparecen referencias causales.

8.3.7. Análisis de la consecuencialidad de las noticias de teletexto en cuanto a los ámbitos temáticos de los objetos de referencia.

Con independencia del ámbito temático de los referentes, así como del ámbito público o cotidiano de los mismos, en todos los casos la presencia de información relativa a las consecuencias es muy poco frecuente y se sitúa sea cual sea el ámbito temático del referente en torno al 15% de los casos.

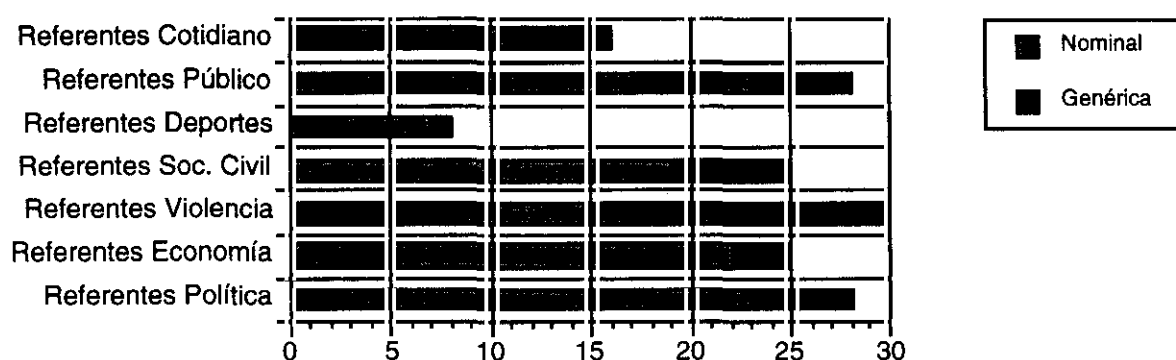
8.3.8. Análisis de la fuente informativa de las noticias de teletexto en cuanto a los ámbitos temáticos de los objetos de referencia.

El último de los niveles de análisis del referente en cuanto a los datos de referencia de las noticias del teletexto es el que se refiere a las fuentes informativas explícitas en los relatos de dichas noticias. El

tratamiento de la fuente en función del referente remite a los aspectos de los que se da cuenta a continuación.

El primer aspecto de análisis del referente con respecto a la fuente es el que tiene que ver con el tipo de atribución (nominal o genérica) que utiliza el mediador para presentar la fuente.

Gráfico N° 14. Capítulo 8.
Distribución del tipo de atribución de la fuente en función de los ámbitos temáticos del referente en las noticias del teletexto.



Los referentes de todos los ámbitos temáticos, así como los de ámbito público y cotidiano, confeccionan su referencia utilizando mayoritariamente fuentes cuyo tipo de atribución es nominal, y es poco frecuente que presenten fuentes de forma genérica.

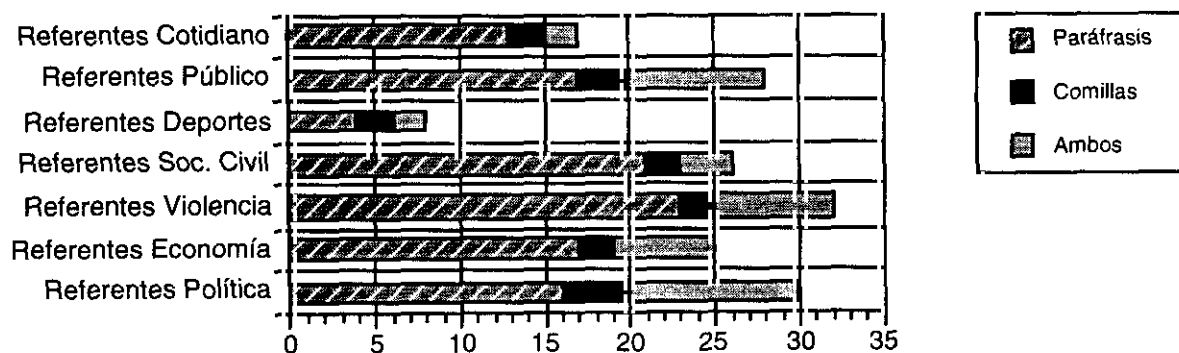
El siguiente aspecto se refiere a la naturaleza comunicativa o no comunicativa de las fuentes en función de los ámbitos temáticos.

Con independencia del ámbito referencial, en torno a siete u ocho de cada diez fuentes que aparecen en los referentes de las noticias de teletexto corresponden a fuentes no comunicativas. Siendo menos habitual el uso de fuentes de tipo comunicativo en los referentes del teletexto.

Lo mismo sucede en los referentes públicos y cotidianos, en ambos casos se utilizan más frecuentemente fuentes informativas de naturaleza no comunicativa.

La forma en que el mediador presenta la información que se remite a la fuente en relación con los ámbitos temáticos se sintetiza en el siguiente gráfico.

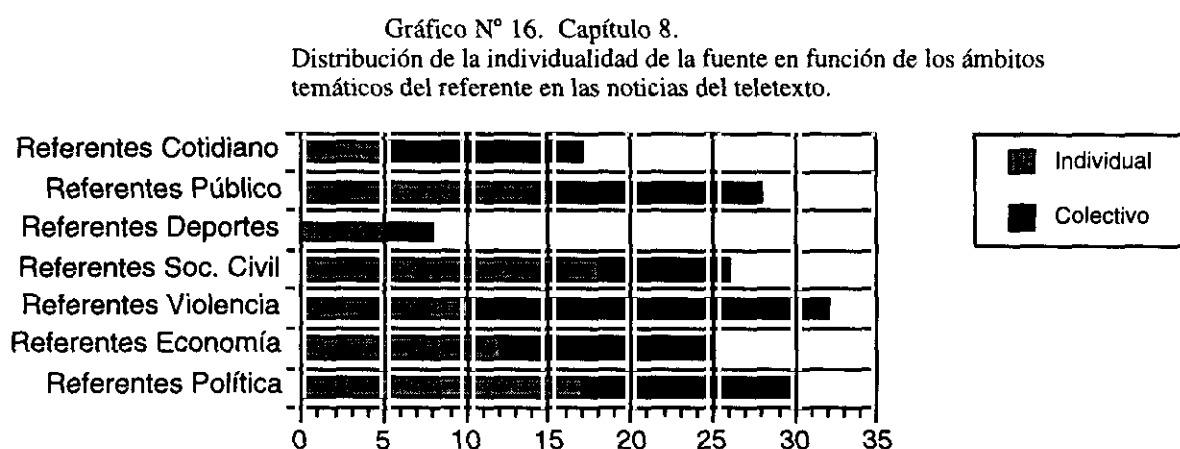
Gráfico Nº 15. Capítulo 8.
Distribución de la forma de atribución de la fuente en función de los ámbitos temáticos del referente en las noticias del teletexto..



En todos los referentes de las noticias del teletexto, sea cual sea su ámbito temático o referencial, la información relativa a la fuente se presenta generalmente en forma de paráfrasis. Es menos frecuente que se presente la información proveniente de una fuente utilizando la paráfrasis y las comillas en una misma noticia. Y es poco habitual que se utilicen solamente las comillas para presentar la información que remite a una fuente.

También los referentes públicos y los cotidianos presentan la información de la misma manera.

Otro de los aspectos de análisis es el de la naturaleza individual o colectiva de la fuente en cuanto a los ámbitos temáticos.

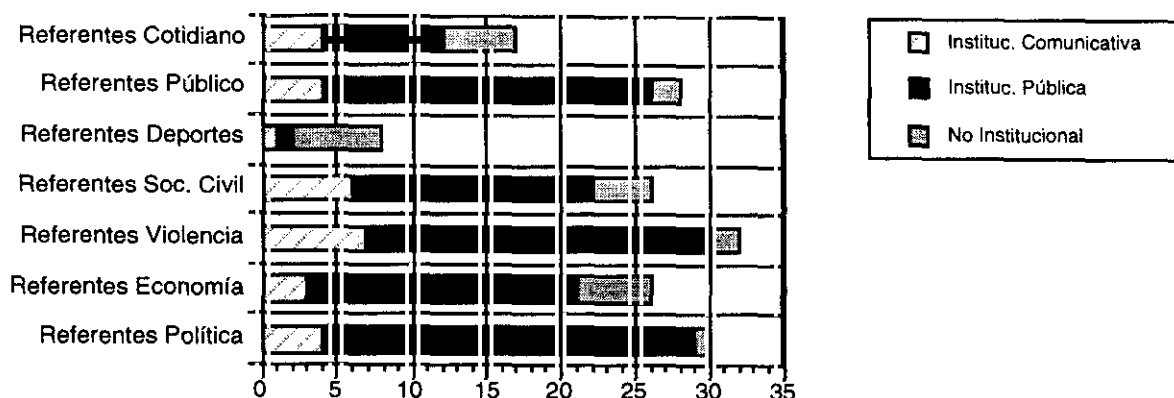


Las fuentes que aparecen en los referentes pertenecientes al ámbito político, de sociedad civil y deportes, son en la mayor parte de los casos fuentes individuales. Mientras que las fuentes pertenecientes a los ámbitos económico y violento son en mayor medida fuentes colectivas.

Los referentes pertenecientes al ámbito de lo público utilizan con más frecuencia fuentes informativas individuales; sin embargo, los referentes relativos al mundo cotidiano utilizan en mayor medida fuentes de naturaleza colectiva.

El tipo de institucionalidad de la fuente en relación con el ámbito temático al que se adscriben los objetos de referencia de las noticias de teletexto es otro de los aspectos de análisis.

Gráfico N° 17. Capítulo 8.
Distribución de la institucionalidad de la fuente en función de los ámbitos temáticos del referente en las noticias del teletexto.



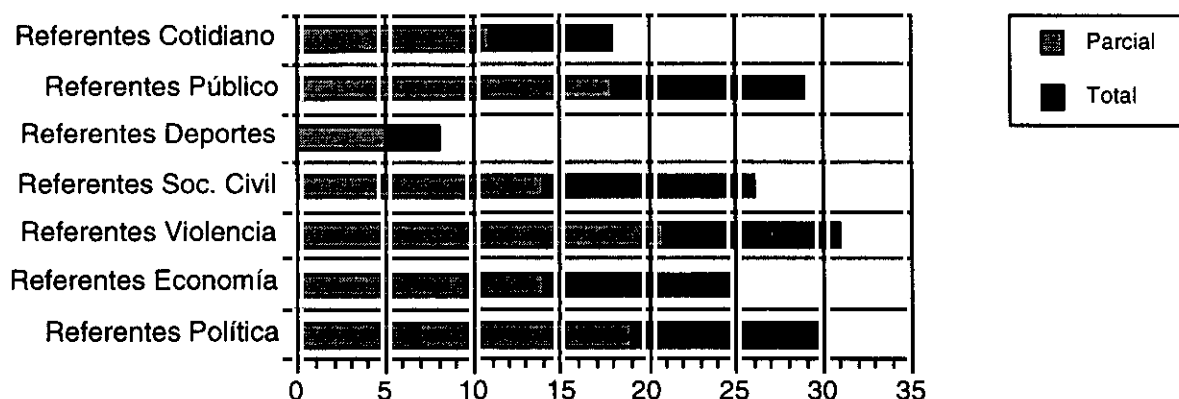
La mayor parte de las fuentes con las que se confeccionan los referentes políticos, económicos, de violencia, y de sociedad civil, pertenecen o están relacionadas con las instituciones públicas. Es mucho menos frecuente que se trate de instituciones comunicativas. Y menos aún que sean fuentes no institucionales.

Las fuentes que aparecen en los referentes deportivos suelen ser fuentes no institucionales, y raramente se trata de fuentes institucionales, ya sean públicas o comunicativas.

Tanto los referentes públicos como los cotidianos se confeccionan mayoritariamente con fuentes relacionadas con las instituciones públicas, en menor medida se trata de fuentes institucionales comunicativas. Y todavía es menos frecuente el uso de fuentes no institucionales.

La siguiente cuestión remite al nivel de atribución de la fuente, es decir, a si el mediador atribuye tan sólo una parte o la totalidad de la información de un determinado referente, en relación con los ámbitos temáticos.

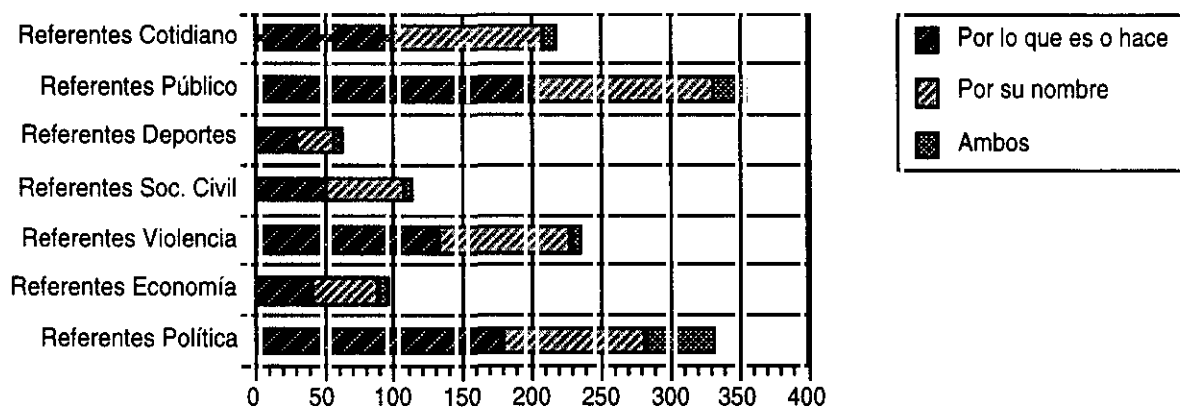
Gráfico N° 18. Capítulo 8.
Distribución del nivel de atribución de la fuente en función de los ámbitos temáticos del referente en las noticias del teletexto.



Con independencia del ámbito temático, así como del ámbito público o cotidiano del referente, la mayor parte de las fuentes que aparecen en las noticias del teletexto remiten tan sólo parcialmente la información de la noticia. Es menos frecuente el uso de fuentes a las que se adscriba la totalidad de la información.

Otro de los niveles de análisis se refiere a la forma en que el mediador nomina la fuente en el relato de las noticias de teletexto en relación con los ámbitos temáticos.

Gráfico N° 19. Capítulo 8.
Distribución de la nominación de la fuente en función de los ámbitos temáticos del referente en las noticias del teletexto.



Los referentes de naturaleza política y de violencia confeccionan su referencia en mayor medida con fuentes que son presentadas por su función, es decir, por lo que son o hacen en el relato. Seguidas por aquellas que son nominadas en la noticia por su nombre. Siendo muy poco habitual el uso de fuentes que son definidas por su nombre y su función.

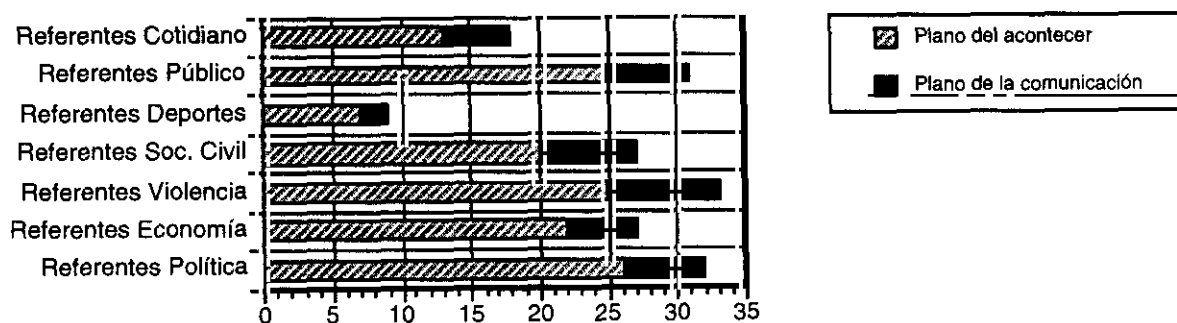
Los referentes económicos utilizan más frecuentemente fuentes presentadas por su nombre, y en menor medida por su función.

Los referentes deportivos y de sociedad civil utilizan indistintamente fuentes nominadas por su nombre o por su función. Y es muy raro que utilicen fuentes presentadas por su nombre y por su función.

Los referentes públicos utilizan con más frecuencia fuentes presentadas por su función. Mientras que los referentes cotidianos utilizan indistintamente fuentes presentadas por su nombre o por su función.

El último aspecto del análisis del referente en cuanto al tratamiento de la fuente informativa se refiere al plano narrativo al que remite la fuente en cuanto a los ámbitos temáticos.

Gráfico N° 21. Capítulo 8.
Distribución del plano narrativo de la fuente en función de los ámbitos temáticos del referente en las noticias del teletexto.



Los referentes de todos los ámbitos temáticos utilizan mayoritariamente fuentes relativas al plano narrativo del acontecer, siendo mucho menos frecuente que se presenten fuentes que pertenezcan al plano narrativo de la comunicación.

CAPITULO 9.

ANALISIS DE LOS MODELOS MEDIADORES DE LAS NOTICIAS EN EL TELETEXTO.

Este último capítulo de esta tesis trata de encontrar las claves de los modelos mediadores utilizados por las distintas cadenas de televisión, seleccionadas en esta investigación, que emiten servicios de teletexto en España. Cada uno de estos servicios (TVE, Telemadrid, Tele 5 y Antena 3), a la hora de confeccionar sus productos comunicativos, y concretamente sus noticias (objeto central de nuestro análisis), presentan una serie de características comunes y diferenciadas que confieren los modelos generales de noticias de teletexto en España.

El primer nivel de análisis de las noticias de teletexto con respecto a la cadenas (mediadores) que emiten los distintos servicios se ha llevado a cabo atendiendo a los siguientes planos:

- Análisis de los aspectos referenciales de la noticia en función de los distintos mediadores.
- Análisis de los aspectos estructurales de la noticia en función de los distintos mediadores.
- Análisis de los datos de referencia de la noticia en función de los distintos mediadores.
- Análisis de los ámbitos temáticos en función de los distintos mediadores.

En un segundo nivel, las distintas cadenas mediadoras pueden agruparse atendiendo al carácter público o privado de las mismas. Así, TVE y Telemadrid son servicios dependientes de instituciones públicas; mientras que Tele 5 y Antena 3 corresponden a instituciones comunicativas dependientes de empresas privadas. Esta agrupación permite estudiar si existen diferencias en la confección de la referencia informativa entre los servicios públicos y los servicios privados de teletexto en España.

El análisis de las noticias con respecto a los modelos mediadores públicos y privados se lleva a cabo atendiendo a los mismos aspectos que se tomaban en cuenta para el análisis de los distintas cadenas:

- Análisis de los los aspectos referenciales de la noticia en función de los mediadores públicos y privados.
- Análisis de los aspectos estructurales de la noticia en función de los mediadores públicos y privados.
- Análisis de los datos de referencia de la noticia en función de los mediadores públicos y privados
- Análisis de los ámbitos temáticos en función de los mediadores públicos y privados

9.1.ANALISIS DE LOS MODELOS MEDIADORES DE LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

9.1.1. Análisis de los aspectos referenciales de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores

El análisis de los distintos modelos mediadores a la hora de confeccionar las noticias de teletexto en cuanto a los aspectos referenciales de las noticias de dicho medio se lleva a cabo atendiendo al tratamiento que las distintas cadenas hacen de los aspectos comunicativos.

El primero es el que se refiere a la estructura de la información. Todos los servicios de teletexto seleccionados *elaboran sus noticias mayoritariamente con información de tipo principal y secundario. Si bien, Tele 5 es la cadena que incluye un mayor número de noticias que se conforman tan sólo con la información básica o principal (en torno a cuatro de cada diez casos).*

En cuanto al uso o tratamiento de la información secundaria, son más las similitudes que las diferencias entre los distintos servicios de teletexto:

Todas las cadenas que componen la muestra conforman mayoritariamente la referencia de sus noticias introduciendo material secundario de tipo explicativo.

Es muy poco frecuente que las noticias de teletexto contextualicen la información relativa a un hecho. Siendo algo más habitual que se utilice en la confección de la referencia material de contexto en las noticias emitidas en el servicio de TVE.

En las noticias de todos los servicios de teletexto es infrecuente que se confeccione la referencia informativa con material alternativo (detalles anecdóticos que no interfieren, ni introducen información relevante a la noticia).

Todos los servicios de teletexto contienen en la inmensa mayoría de los casos noticias que dan cuenta de una sola unidad referencial (Noticias Unirreferenciales).

En cuanto al nivel de actualidad, los servicios de teletexto de Antena 3 y TVE incluyen sobre todo noticias que aparecen por primera vez en el medio (estrictamente Actuales), y noticias que siguen teniendo actualidad durante algún tiempo (Permanecen de Actualidad). En los casos de noticias de Telemadrid y Tele 5 son más habituales las noticias estrictamente Actuales.

9.1.2. Análisis de los aspectos estructurales de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores

Todos los servicios de teletexto analizados en esta investigación en cuanto a la extensión de sus noticias, contienen mayoritariamente noticias ampliadas o extensas. El uso de noticias breves es poco frecuente en la oferta informativa de todos los servicios de teletexto, a excepción del servicio de Tele 5, donde son bastante frecuentes (cuatro de cada diez).

Cada servicio de teletexto organiza sus noticias en secciones atendiendo a los criterios territoriales y temáticos que considera más oportunos para clasificar sus contenidos informativos. De forma que cada

cadena utiliza un modelo de seccionar sus noticias, que en algunos apartados es común a todos los servicios (Nacional, Internacional y Deportes), y en otros casos, se clasifican las noticias en secciones que sólo aparecen en un servicio concreto de teletexto.

La gran mayoría de las noticias se clasifican en todos los servicios de teletexto (en el caso de TVE la totalidad de sus noticias) en torno a las secciones que son comunes a todos ellos, es decir, en las secciones de Nacional, Internacional y Deportes.

TVE clasifica todas sus noticias en las tres secciones citadas anteriormente. La mayor parte (cuatro de cada diez casos) se incluyen en la sección de Deportes, y en torno a tres de cada diez casos respectivamente aparecen en las secciones de Nacional e Internacional, siendo algo más frecuentes en la primera.

Antena 3 secciona sus noticias en torno a cuatro apartados: Nacional, Internacional, Deportes y Economía. Casi la mitad corresponden a noticias que se encuadran en la sección de Deportes. También son muy numerosas las noticias de la sección Nacional. Son menos frecuentes las noticias correspondientes a la sección de Internacional; y en menor medida aparecen casos de noticias que se incluyen en la sección de Economía.

En el caso de Tele 5, la clasificación de noticias en secciones se lleva a cabo en los apartados de Nacional, Internacional, Deportes y Cultura. En torno a seis de cada diez noticias corresponden a la sección de Deportes y son menos numerosas las noticias de Nacional, Internacional y Cultura, por este orden.

Telemadrid es la cadena que más variedad de secciones utiliza para clasificar sus noticias: Nacional, Internacional, Deportes, Cultura, Curiosas, Economía, Ecología, Local, Sucesos, Sociedad y Toros. La mayor parte de sus noticias corresponden a las secciones de Nacional, Internacional y Deportes, en torno al 16% de los casos respectivamente. También son frecuentes las noticias incluidas en las secciones de Local y Economía (en torno al 13% de los casos). También son relevantes, aunque en menor medida, las noticias de las secciones de Ecología, Sociedad y Sucesos. Y son muy poco habituales las noticias del servicio de Telemadrid que se clasifican en el resto de las secciones.

9.2. ANALISIS DE LOS MODELOS MEDIADORES PUBLICOS Y PRIVADOS DE NOTICIAS EN EL TELETEXTO.

9.2.1. Análisis de los aspectos referenciales de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores públicos y privados

Tanto los servicios de teletexto públicos, como los servicios privados confeccionan la referencia de sus noticias mayoritariamente (en más de siete de cada diez casos) con material o información principal y secundaria. Y es menos frecuente que las noticias se elaboren sólo con material principal.

Las noticias pertenecientes a las cadenas públicas y privadas utilizan mayoritariamente información explicativa en la confección de la referencia. El uso de la información explicativa es ligeramente más frecuente

en las cadenas privadas (63% de sus casos), que en las cadenas privadas (un 58%).

El uso de material o información de contexto es poco habitual tanto en las noticias de servicios públicos, como de servicios privados de teletexto. Las cadenas públicas elaboran sus noticias en un 15% de los casos, frente a un 11% en las cadenas privadas.

Tanto en los servicios de teletexto emitidos por cadenas públicas, como los emitidos por cadenas privadas, raramente se utiliza el recurso a la inclusión de material alternativo en la elaboración de sus noticias. Siendo ligeramente más frecuente en las cadenas públicas o institucionales.

La inmensa mayoría de las cadenas públicas y privadas confeccionan sus noticias ofreciendo información sobre un sólo referente (Unirreferenciales). Es ligeramente superior en las cadenas privadas el porcentaje de noticias (el 16%) que incluyen información sobre más de un referente (Multirreferenciales), que en las cadenas institucionales o públicas (12%).

Tanto las noticias de cadenas institucionales públicas como las de las cadenas privadas elaboran la gran mayoría de sus noticias ofreciendo información sobre un sólo referente (Unirreferenciales).

En cuanto al contacto con la actualidad, *las noticias de cadenas institucionales públicas y las de las cadenas privadas tratan en mayor medida de hechos estrictamente Actuales.*

9.2.2. Análisis de los aspectos estructurales de las noticias de teletexto con respecto los modelos mediadores públicos y privados

La gran mayoría de las noticias que se ofertan tanto en los servicios de teletexto de las cadenas de televisión públicas, como en los de las cadenas privadas, corresponden a noticias cuya extensión es ampliada, y es relativamente poco frecuente en ambas el uso de noticias breves.

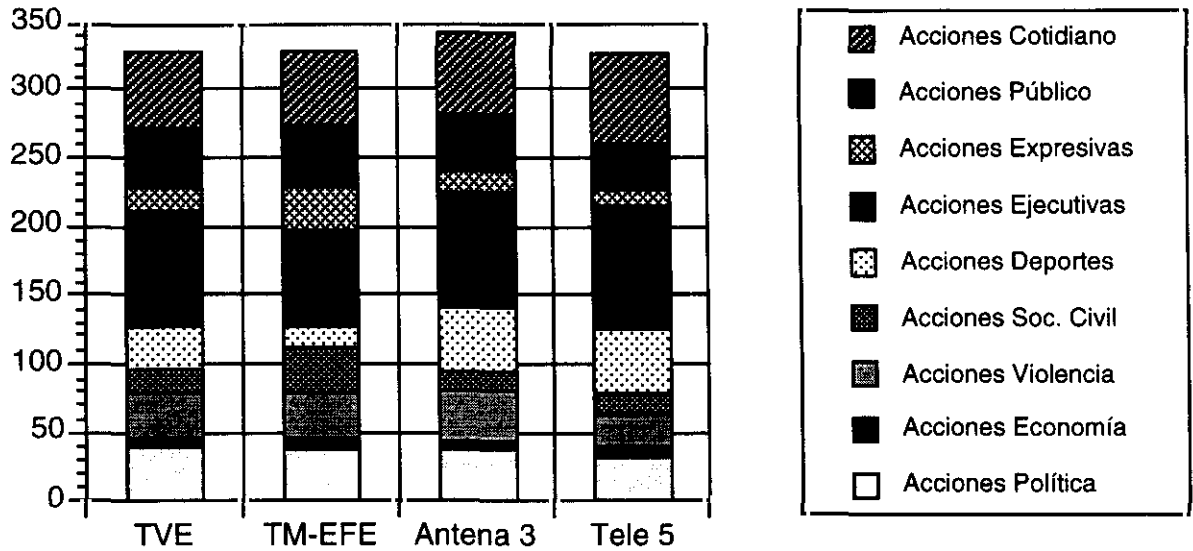
La gran mayoría de las noticias pertenecientes a servicios públicos y privados de teletexto ubican espacial/temáticamente la mayor parte de sus noticias en las secciones de Nacional, Internacional y Deportes.

9.3. ANALISIS DE LOS DATOS DE REFERENCIA DE LA NOTICIA EN RELACION CON LOS MODELOS MEDIADORES.

9.3.1. Análisis de las acciones de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores.

La construcción de la referencia relativa a las acciones en las noticias de teletexto en cuanto a los distintos modelos mediadores, se sintetiza en el siguiente gráfico.

Gráfico Nº 1. Capítulo 9.
Distribución de los ámbitos de la acción en las noticias de teletexto según la cadena de televisión.



Las noticias pertenecientes a los servicios de teletexto de TVE y Telemadrid utilizan en mayor medida para la construcción de la referencia informativa acciones relativas al ámbito político. Mientras que la referencia de las noticias de las cadenas Antena 3 y Tele 5 se conforma mayoritariamente con acciones deportivas.

En todas las noticias de teletexto de las cuatro cadenas de televisión que componen nuestra muestra se confecciona la referencia mayoritariamente con acciones de tipo ejecutivo. Más de ocho acciones de cada diez que aparecen en las noticias de TVE, Antena 3 y Tele 5 son acciones ejecutivas, y tan sólo entre una y dos de cada diez acciones son acciones comunicativas.

En el caso de las noticias de Telemadrid es algo más frecuente la presencia de acciones comunicativas o expresivas en la elaboración de la

referencia informativa. Aunque sigue siendo mayoritaria la presencia de acciones ejecutivas.

Todas las cadenas de televisión elaboran sus noticias utilizando mayoritariamente acciones relativas al mundo de lo cotidiano.

9.3.2. Análisis de los actores de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores.

Entre los servicios de teletexto analizados en esta investigación son mucho más numerosas las similitudes que las diferencias en relación al tratamiento de los actores de las noticias de teletexto:

En los servicios de teletexto españoles predominan los actores humanos sobre las organizaciones.

Los actores de género masculino son a los que todos los servicios de teletexto concede mayor importancia en las noticias de teletexto. Es muy poco habitual que aparezcan actores femeninos en las noticias de teletexto.

Las noticias de todas las cadenas presentan en la gran mayoría de los casos actores singularizados.

La mayor parte de los actores que aparecen en las noticias de los servicios de teletexto de Antena 3, TM-EFE y TVE pertenecen o provienen del plano institucional público. En las noticias de Tele 5 los actores pertenecen mayoritariamente al plano no institucional.

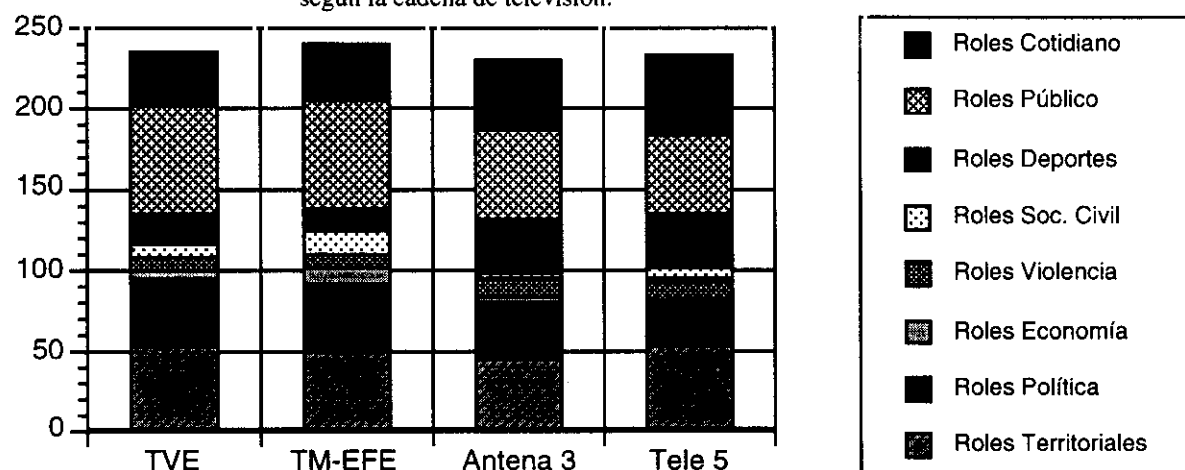
En todas las cadenas de TV la mayor parte de sus actores vienen definidos por su nombre (entre siete y ocho de cada diez casos), frente a los que vienen identificados por su función (por lo que son o hacen).

La mayor parte de los actores que aparecen en las noticias de los servicios de teletexto de Tele 5, TM-EFE y TVE son personajes de naturaleza individual. Mientras que Antena 3 incluye en mayor medida actores de naturaleza colectiva.

9.3.3. Análisis de los roles de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores.

Las funciones explícitas de los personajes (roles) en las noticias de los cuatro servicios de teletexto incluyen mayoritariamente funciones explícitas de los personajes asociadas al ámbito territorial, seguidos en menor medida por los roles de naturaleza política y deportiva.

Gráfico N° 2. Capítulo 9.
Distribución de los ámbitos del rol en las noticias de teletexto según la cadena de televisión.



El servicio de teletexto de TVE cuando utiliza roles explícitos asociados a los personajes para confeccionar la referencia de las noticias, suelen corresponder en la mayor parte de los casos al plano de la territorialidad. También los pertenecientes al ámbito político aparecen con bastante frecuencia. En torno a dos de cada diez roles que aparecen en las noticias de esta cadena son deportivos. Y son escasos los roles relativos a los ámbitos de la economía, la violencia y la sociedad civil.

Las funciones de los personajes en las noticias del teletexto de Telemadrid corresponden en la mitad de los casos al plano territorial, seguidas de las funciones políticas. Y tan sólo entre el 10 y el 15% de los roles, según los casos, pertenecen a los demás ámbitos temáticos del rol.

Antena 3 confecciona la información relativa a los roles explícitos de sus noticias en la mayor parte de los casos con roles asociados a la territorialidad. En torno a un tercio de sus roles corresponden al plano político y al deportivo, respectivamente. Uno de cada nueve roles pertenece al plano de la violencia, y son muy escasos los roles de ámbitos económico y de sociedad civil.

Más del cincuenta por ciento de los roles que aparecen en las noticias de Tele 5 son territoriales. También son relevantes los roles deportivos (un tercio de los casos). Cerca de uno de cada cuatro roles corresponden al plano político. Y es poco frecuente el uso de roles relativos al resto de los ámbitos temáticos.

La mayor parte de las noticias de los servicios de teletexto de TVE, Telemadrid y Antena 3 conforman la referencia relativa a la función de los personajes con roles pertenecientes al ámbito público. El servicio de

teletexto de Tele 5 incluye en mayor medida roles del ámbito cotidiano en sus noticias.

9.3.4. Análisis de la temporalidad de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores.

Con independencia de la cadena de TV, podemos decir que la gran mayoría de las noticias ofrecen referencias temporales exclusivamente al presente (en torno al 80% de los casos); los casos de noticias con referencias al pasado/presente representan en torno al 10-13% de los casos y las noticias con referencias al presente/futuro representan entre el 6 y el 10% de los casos. Las noticias con referencias exclusivamente al pasado, al futuro, o al pasado/presente/futuro, así como las noticias No Actuales representan casos residuales.

Las diferentes cadenas que emiten servicios de teletexto en España, no ofrecen diferencias en cuanto a la temporalidad de sus noticias. En todos los casos se trata mayoritariamente de noticias eminentemente presentistas.

9.3.5. Análisis de la espacialidad de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores.

Espacialidad Nacional

En TVE, TM-EFE y Antena 3 en torno a seis de cada diez noticias cuya espacialidad se ubica en España, es de cobertura Nacional, tres de cada

diez son de carácter Local , y son poco frecuentes los casos de noticias de espacialidad Autonómica (uno de cada diez casos).

En el caso de las noticias de Tele 5, algo más de la mitad de las noticias son Nacionales, un tercio son de carácter Local, y en torno a un 14% son de tipo Autonómico.

La mayor parte de las noticias de todos los servicios de teletexto que ofrecen referencias espaciales a España, son de carácter Nacional, en menor medida se trata de noticias Locales, y es poco frecuente que se trate de noticias Autonómicas.

Espacialidad Internacional.

No se han encontrado diferencias significativas en la espacialidad internacional entre los distintos servicios de teletexto. Tampoco existen diferencias entre los servicios públicos y privados de teletexto con respecto a la espacialidad internacional.

9.3.6. Análisis de la causalidad de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores.

En TM-EFE y TVE en torno a una de cada cuatro noticias contiene referencias a la causalidad; en Antena 3 es algo menos frecuente (en torno a dos de cada diez). Tele 5 es la cadena que menos referencias a las causas utiliza en sus noticias (sólo el 12% de los casos).

Es poco frecuente el uso de referencias causales en las noticias de todos los servicios de teletexto españoles.

9.3.7. Análisis de la consecuencialidad de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores.

En TM-EFE y TVE las noticias que contienen referencias a las consecuencias representan en torno al 18% de los casos; en Antena 3 es algo menos frecuente (en torno 15%). Tele 5 es la cadena que menos referencias a las consecuencias utiliza en sus noticias (sólo el 8% de los casos).

Es muy poco habitual el uso de referencias consecuenciales en las noticias de todos los servicios de teletexto españoles.

9.3.8. Análisis de la fuente informativa de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores.

Los modelos mediadores de los cuatro servicios de teletexto españoles que conforman nuestra investigación se caracterizan en cuanto al tratamiento de las fuentes informativas por una serie de características:

La mayoría de las fuentes informativas que aparecen en las noticias de todos los servicios de teletexto son presentadas de forma nominal.

Las fuentes informativas que aparecen en las noticias de todos los servicios de teletexto atribuyen tan sólo parte de la información de la noticia. En el caso de las noticias de Telemadrid, es bastante frecuente que la fuente informativa remita la totalidad de la información de la noticia.

La paráfrasis es la forma de atribución más frecuente en las noticias de todos los servicios de teletexto españoles.

TVE y Telemadrid incluyen con similar frecuencia información remitida a fuentes de naturaleza individual y colectiva. Mientras que las noticias de Tele 5 y Antena 3 recurren más habitualmente a fuentes de naturaleza individual.

Las fuentes no comunicativas predominan en las noticias de todos los servicios de teletexto analizados en la muestra.

Las fuentes informativas son presentadas en todos los servicios de teletexto por su función en el relato. En el caso de las noticias de Telemadrid, las fuentes son presentadas indistintamente por su nombre y por su función.

Las instituciones públicas son la principal fuente de noticia en la mayor parte de las noticias de todos los servicios de teletexto españoles.¹

Todas las cadenas de la muestra contienen mayoritariamente (entre ocho y nueve de cada diez) fuentes que pertenecen al plano del acontecer, frente a una de cada diez que pertenecen al plano de la comunicación.

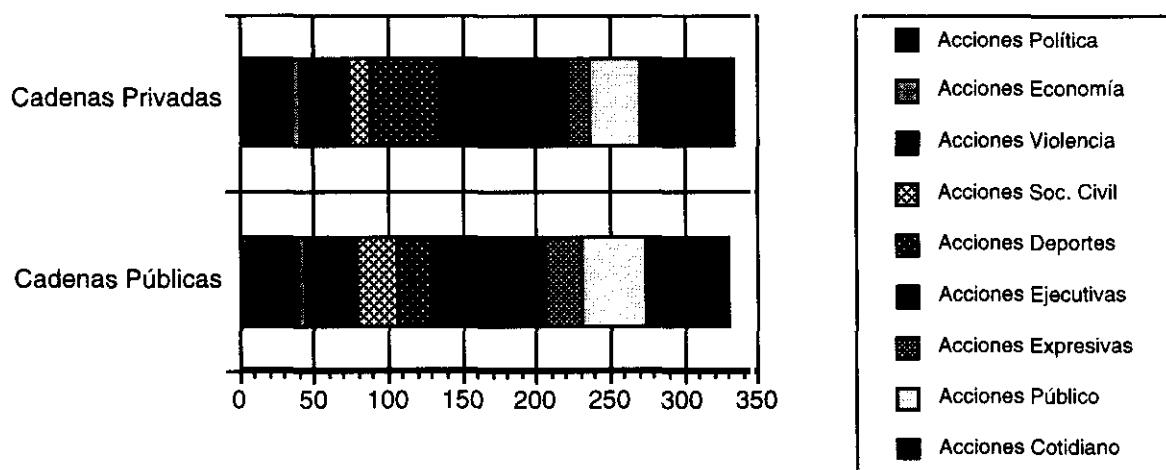
¹ En el estudio llevado a cabo por Justo Villafañe, Enrique Bustamante y Emilio Prado, que aparece en el libro "Fabricar Noticias", cuando estudian las fuentes informativas en radio y televisión, concluyen que se priman las fuentes institucionalizadas y de fácil acceso (sobre todo procedentes del gobierno y los partidos políticos). VILLAFÑE, J., BUSTAMANTE, E. y PRADO, E. Fabricar noticias. *Las rutinas productivas en radio y televisión*. Barcelona, Mitre, 1987, pág. 62-67.

9.4. ANALISIS DE LOS DATOS DE REFERENCIA DE LA NOTICIA CON RESPECTO A LOS MEDIADORES PUBLICOS Y PRIVADOS

9.4.1. Análisis de las acciones de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores públicos y privados.

La construcción de la referencia relativa a las acciones en las noticias de teletexto en cuanto a los modelos mediadores propuestos por las cadenas públicas o privadas, se sintetiza en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 3. Capítulo 9.
Distribución de los ámbitos de la acción en las noticias de teletexto según la cadena de televisión.



Las noticias pertenecientes a las cadenas públicas se confeccionan mayormente con acciones del ámbito político y de la violencia. Mientras que las noticias de las cadenas privadas utilizan generalmente acciones deportivas, y en menor medida acciones políticas y de violencia.

Tanto las cadenas públicas, como las cadenas privadas utilizan mayoritariamente en la elaboración de sus noticias acciones ejecutivas,

frente al uso de acciones comunicativas. Siendo todavía más frecuente el uso de acciones ejecutivas en las cadenas privadas.

Las cadenas de televisión institucionales y las cadenas no institucionales o privadas confeccionan mayoritariamente (en torno a seis de cada diez de sus acciones) su referencia accional con acciones que pertenecen al mundo cotidiano. Y es menos frecuente el uso de acciones pertenecientes al ámbito público.

9.4.2. Análisis de los actores de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores públicos y privados.

Tanto los servicios de teletexto emitidos por cadenas públicas como los emitidos por cadenas privadas no ofrecen prácticamente diferencias en el tratamiento de los personajes que intervienen en los objetos de referencia de los que se da cuenta en las noticias de teletexto:

- Es más habitual la presencia de actores de naturaleza humana que la de actores organizacionales.
- Los actores de género masculino aparecen mayoritariamente en la confección de las noticias del teletexto.
- Las noticias de las cadenas públicas y privadas presentan en la gran mayoría de los casos actores singularizados.

- En las cadenas públicas aparecen en su mayor parte actores institucionales (55% de los actores), mientras que en las cadenas privadas los actores no institucionales son ligeramente mayoritarios (51%).

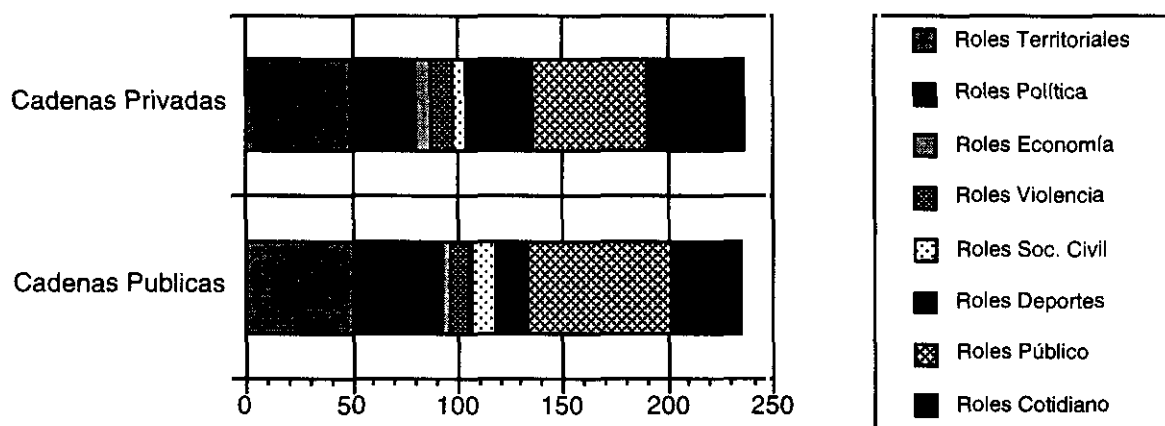
- Las cadenas públicas y privadas de teletexto suelen presentar mayoritariamente a sus actores nominados por su nombre.

- Los personajes de naturaleza colectiva son más frecuentes en las noticias de teletexto, tanto de cadenas públicas, como de cadenas privadas.

9.4.3. Análisis de los roles de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores públicos y privados.

Los servicios de teletexto públicos y privados ofrecen las siguientes características en cuanto al uso de las funciones explícitas de los personajes.

Gráfico N° 4. Capítulo 9.
Distribución del ámbito del rol en las noticias de teletexto según la cadena de televisión.



Los roles relativos a la territorialidad son más frecuentes tanto en las noticias de cadenas públicas como privadas. En el caso de las cadenas públicas los roles de naturaleza política son bastante importantes, mientras que en las cadenas privadas se incluyen en un porcentaje reseñable funciones deportivas de los personajes.

Las cadenas de televisión institucionales confeccionan mayoritariamente (en torno a dos de cada tres casos) su referencia con funciones o roles de sus personajes que corresponden al ámbito público. Y es menos frecuente (uno de cada tres casos) el uso de roles pertenecientes al ámbito cotidiano.

Las cadenas de televisión no institucionales o privadas también utilizan con más frecuencia roles relativos al ámbito de lo público, que roles del mundo de lo cotidiano. Aunque es más frecuente que en las cadenas públicas el uso de roles cotidianos (46% de sus roles).

9.4.4. Análisis de la temporalidad de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores públicos y privados.

En el caso de las cadenas públicas o privadas no aparecen diferencias en cuanto su temporalidad, la inmensa mayoría de las noticias tanto en unas como en otras cadenas son noticias cuya temporalidad es de presente y en torno al 5-10% de los casos corresponden a noticias cuya temporalidad es de pasado/presente y presente/futuro.

9.4.5. Análisis de espacialidad de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores públicos y privados.

No se han encontrado diferencias significativas en cuanto a la espacialidad, tanto nacional como internacional, de las noticias entre los distintos servicios de teletexto. Tampoco existen diferencias entre los servicios públicos y privados de teletexto con respecto a la espacialidad de las noticias.

9.4.6. Análisis de la causalidad de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores públicos y privados.

Es más habitual el uso de referencias a las causas en las noticias pertenecientes a las cadenas Públicas (25% de los casos), que en las cadenas Privadas (16% de las noticias).

9.4.7. Análisis de la consecuencialidad de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores públicos y privados.

Es más frecuente que aparezcan referencias a las consecuencias en las noticias pertenecientes a las cadenas Públicas (18% de los casos), que en las cadenas Privadas (11% de las noticias).

9.4.8. Análisis de la fuente informativa de las noticias de teletexto con respecto a los modelos mediadores públicos y privados.

Tanto las cadenas públicas como las privadas confeccionan de forma similar la referencia informativa relativa a la fuente informativa:

- Presentan las fuentes de forma nominal.*
- Utilizan la forma de paráfrasis para atribuir la información de la fuente.*
- Son fuentes parciales, es decir, atribuyen sólo parte de la información de la noticia.*
- Corresponden a fuentes no comunicativas.*
- Corresponden en la gran mayoría de los casos a fuentes relacionadas con el plano de las instituciones públicas.*
- Suelen ser nominadas por su función en la noticia.*
- Pertenecen mayoritariamente al plano narrativo del acontecer.*

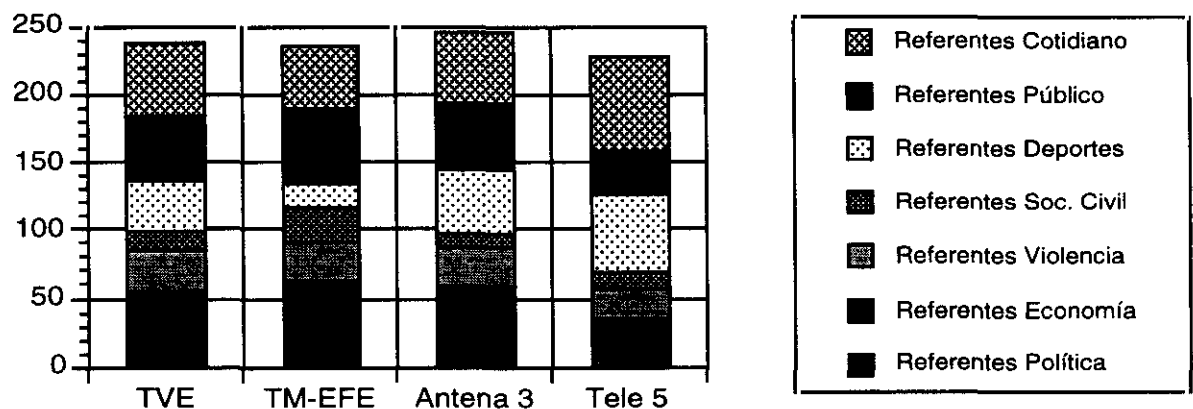
Sólo ofrecen diferencias en cuanto al carácter individual o colectivo de la fuente:

En las cadenas públicas son más frecuentes las fuentes informativas colectivas, mientras que las noticias de cadenas privadas incluyen mayoritariamente fuentes de naturaleza individual.

9.5. ANALISIS DE LOS AMBITOS REFERENCIALES DE LA NOTICIA CON RESPECTO A LOS MODELOS MEDIADORES.

La adscripción de los objetos de referencia a ámbitos temáticos se lleva a cabo por los distintos mediadores (servicios de teletexto) de la siguiente manera.

Gráfico N° 5. Capítulo 9.
Distribución de los ámbitos temáticos de las noticias de teletexto según la cadena de televisión.



Los referentes de las noticias de los servicios de TVE y Telemadrid pertenecen más frecuentemente al ámbito político, seguidos de los referentes deportivos y del mundo de la violencia.

En el caso de los referentes de noticias de Antena 3 y Tele 5 son más frecuentes los casos pertenecientes a la temática deportiva y en menor medida a la política y la violencia.

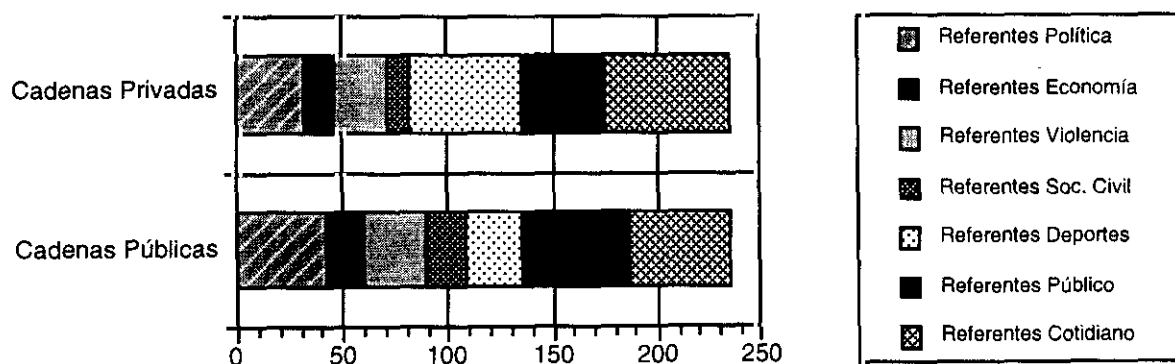
Son más frecuentes los referentes que se adscriben al ámbito de lo cotidiano en las noticias de TVE, Antena 3 y Tele 5, especialmente en las noticias de esta última cadena. En el caso de los referentes

correspondientes a las noticias del teletexto de Telemadrid, son más frecuentes aquellos pertenecientes al ámbito de lo público.

9.6. ANALISIS DE LOS AMBITOS REFERENCIALES DE LA NOTICIA CON RESPECTO A LOS MODELOS MEDIADORES PUBLICOS Y PRIVADOS.

En cuanto a los servicios públicos y privados de teletexto a la hora de abordar la temática a la que remiten los objetos de referencia que conforman las noticias, el siguiente gráfico refleja los perfiles de los modelos mediadores de ambos tipos de servicios de teletexto.

Gráfico Nº 6. Capítulo 9.
Distribución de los ámbitos temáticos de las noticias de teletexto según los servicios públicos o privados de teletexto.



Los referentes de las noticias correspondientes a las cadenas públicas pertenecen más frecuentemente al ámbito político, seguidos de los referentes relativos a la temática de la violencia y del deporte.

En el caso de los referentes de noticias de servicios privados de teletexto son más numerosos los referentes deportivos, seguidos de los de temática política y de la violencia.

CAPITULO 10.

CONCLUSIONES

Los objetivos a los que ha pretendido responder una investigación como la que hemos llevado a cabo en esta tesis se han centrado en la descripción e interpretación de la producción de la referencia informativa en los productos comunicativos difundidos por los Medios de Comunicación de Masas. En principio, este planteamiento resultaba demasiado amplio e inabarcable en una investigación de este tipo, ya que los MCM ofrecen una gran variedad de productos comunicativos. Por lo que se centró el objeto de estudio en el análisis de las noticias en el modelo institucional de comunicación pública.

La elección de las noticias entre los diversos productos comunicativos de los medios de comunicación como nuestro objeto de estudio, vino determinada por tratarse de unos contenidos comunes a todos los medios de comunicación social. De esta forma, nuestro análisis podría extrapolarse a la práctica totalidad de los medios de información, teniendo en cuenta las especificidades o particularidades propias de cada medio.

El análisis que en esta investigación proponemos para el estudio de las noticias se encuadra dentro del paradigma de la *Teoría de la Comunicación*, y se aborda desde la perspectiva que concibe los productos comunicativos como un fenómeno de producción resultante de un *proceso de mediación*..

El proceso de mediación consiste en la intervención de los medios de comunicación entre el universo el acontecer (SS) y el universo del conocer (SCog), mediante la producción de información (SC).

Por tanto, nuestro análisis concibe la noticia como un producto comunicativo resultante de un proceso de mediación.

Las preguntas a las que pretende dar respuesta nuestro análisis son aquellas que revelen las claves y modelos utilizados por las instituciones mediadoras relacionadas con la selección, tratamiento y jerarquización de la información relativa a las clases de datos sobre las que se va a construir el mensaje informativo.

El modesto estudio que aquí concluye trata de proporcionar un material de consulta para los investigadores o el público en general, interesados en el ámbito de la investigación de la *mediación comunicativa*. Con la esperanza de poder aportar alguna reflexión que sea de utilidad a líneas de investigación futuras en este campo o en campos afines.

APORTACIONES TEORICO-METODOLOGICAS DE LA TESIS

La primera de las aportaciones teórico-metodológicas de nuestra tesis es la que se refiere a la concepción comunicativa de la noticia. Los productos comunicativos de los MCM, y concretamente las noticias, han sido abordados desde diferentes perspectivas: como estructuras de relato, de discurso, textuales, etc. Los abundantes trabajos encuadrados en estas líneas de investigación han aportado numerosas teorías y metodologías en el campo

de la comunicación. Sin embargo, la perspectiva que proponemos en esta tesis concibe la noticia como un *producto comunicativo expresado y articulado en torno a un conjunto de clases de datos de referencia organizados*, interrelacionados, y aislables. Las clases de datos de referencia son las unidades básicas de significado en torno a las cuales se articulan el plano del acontecer y el plano de la comunicación. El mediador para confeccionar la información acerca de un determinado acontecer que se produce en el entorno social, dispone de una serie de categorías o clases de datos de referencia de cuya selección y tratamiento dependerá la confección de la referencia informativa de las noticias.(Ver Capítulos 1 y 2).

Para realizar un análisis mediacional de la referencia consideramos apropiado a nuestros objetivos partir de esta perspectiva que concibe *los productos comunicativos como conjuntos organizados de datos de referencia resultantes de procesos de mediación*.

En los estudios sobre el análisis referencial de los mensajes informativos ha sido práctica habitual intentar explicar el mundo poniendo el énfasis en el paradigma de las clases de datos de referencia. El tratamiento que los medios de comunicación hacen de los datos de referencia responde a determinados modelos que sirven para la confección y articulación informativa de las representaciones del mundo que se canalizan a través de sus productos comunicativos.

Desde el Dpto. de Sociología IV (Teoría de la Comunicación) de la Universidad Complutense de Madrid, se han realizado numerosas investigaciones y tesis doctorales que abordan el análisis referencial de los relatos informativos desde este paradigma. Los productos comunicativos se

analizan partiendo de unos personajes que desempeñan uno o varios roles en su relación con los otros o con el entorno, aparecen descritos con determinados atributos, y realizan unas acciones sirviéndose de unos instrumentos para la consecución de unos objetivos, que concluyen con el logro o el fracaso.

Este modelo de análisis tiende a dar prioridad a una de las clases de datos de referencia, en este caso a los personajes, de la que parten el resto de los análisis de las demás clases de datos. El análisis de la noticia se lleva a cabo por medio de *estructuras en árbol* en cuya cima se encuentra el personaje.

La aportación metodológica que nosotros proponemos para el análisis de la referencia de las noticias no parte de un enfoque parcial y centralizado en el que se prioriza a una de las clases de datos frente al resto, sino que pretende descentralizar el análisis de las noticias. Dependiendo de cuál sea el objeto de estudio que se pretenda analizar, se puede orientar el análisis poniendo el énfasis en una u otra de las clases de datos, o en las interrelaciones entre las diversas clases. Así, en lugar de poner el énfasis en el quién (Personaje) como se ha venido haciendo más frecuentemente, se puede considerar también como aspecto prioritario del análisis el qué (Acción), el cuándo (Temporalidad), el dónde (Espacialidad), el por qué (Causas), etc., dependiendo de los objetivos comunicativos a los que pretenda responder el análisis referencial.

En segundo lugar, ya hemos mencionado que desde el citado Dpto. se propone el estudio de los relatos como estructuras de actores en árbol. Es decir, un personaje definido por uno o varios roles puede desempeñar una o

varias acciones. Partiendo de los personajes como variables independientes, en torno a los cuales se articulan los análisis del resto de las clases de datos de referencia.

El modelo de análisis que proponemos vendría definido como el paso de las *estructuras de árbol* a *estructuras de malla* o *de red*: De modo que el análisis no parte de una de las clases de datos de referencia como variable independiente o predominante, sino que intenta recoger las múltiples relaciones e interrelaciones entre las distintas clases de datos. Por ejemplo, el análisis de la noticia desde el enfoque Acción-Personaje-Rol, no prioriza una clase de datos de referencia frente a las otras, sino que parte de las múltiples interrelaciones entre las distintas clases:

1. Una misma acción puede ser llevada a cabo por uno, varios personajes o por ningún personaje; al mismo tiempo, un sólo personaje puede llevar a cabo una o varias acciones distintas.

2. Un determinado personaje puede aparecer desempeñando un solo rol explícito en la noticia, varios roles, o ninguno; del mismo modo que un mismo rol explícito puede ser desempeñado por un solo personaje o por varios personajes distintos.

La tercera de las aportaciones teórico-metodológicas de nuestra tesis remite al análisis de la adscripción temática de los objetos de referencia de los que se ofrece información en los productos comunicativos. El análisis de los productos comunicativos atendiendo a la temática de sus contenidos, o de los objetos de referencia sobre los que tratan, ha sido objeto frecuente en las investigaciones comunicativas. Estos estudios permiten descubrir los criterios de selección temática en torno a los que cada medio conforma su

oferta informativa. Es habitual en estos análisis temáticos clasificar los diferentes objetos de referencia en torno a los ámbitos temáticos generales, basándose en el modelo *un referente se adscribe o remite a un sólo ámbito temático*.

Estos trabajos parten de una lógica excluyente que tiende a categorizar cada objeto de referencia en torno a un sólo ámbito temático. La aportación metodológica que proponemos al análisis temático de los objetos de referencia en esta tesis doctoral, trata de superar esa *lógica homogénea* por una *lógica estructural* que evita los sesgos que se pueden derivar de una asignación categorial excluyente. El análisis referencial de los ámbitos temáticos no tiene por qué limitarse al modelo un objeto de referencia-un ámbito, ya que en ocasiones un mismo acontecer no se agota temáticamente en la clasificación de un sólo ámbito.

Nuestro modelo pretende categorizar estructuralmente todas y cada una de las referencias temáticas a las que remite cualquier objeto de referencia, con independencia de que sean más o menos importantes.

Del análisis, que en esta tesis tan sólo se ha realizado parcialmente, de estas estructuras temáticas múltiples, de sus relaciones y jerarquización entre ellas (Principales y Secundarias), se podrán obtener los modelos mediadores que utilizan las instituciones comunicativas a la hora de seleccionar los objetos de referencia sobre los que van a informar.

Así, el análisis temático que proponemos para el estudio de los objetos de referencia que aparecen en las noticias responde un doble modelo:

- *Referentes de ámbito único*. Son aquellos objetos de referencia cuyo *cierre referencial* se limita a un solo ámbito temático.

- *Referentes de ámbito compartido*. Son aquellos objetos de referencia que no se agotan temáticamente en un sólo ámbito. La *apertura referencial* de estos aconteceres se circunscribe a varios ámbitos temáticos relacionados.

LA CONSTRUCCION DE LA REFERENCIA EN LAS NOTICIAS DE TELETEXTO.

Para la puesta en práctica del desarrollo teórico y metodológico del análisis de la referencia de las noticias se ha tomado como objeto de estudio el de las noticias de teletexto. La elección de dichos productos comunicativos se debió a que consideramos que sus características formales y estructurales eran las que mejor se adaptaban a los planteamientos teórico-metodológicos y a los objetivos comunicativos que perseguíamos. Las noticias de teletexto presentan una gran uniformidad en cuanto a su formato y la cantidad de información es bastante constante y reducida, lo que facilitaba aislar las clases de datos de referencia.

De los resultados obtenidos del análisis de la información en las noticias de teletexto, podemos extraer las siguientes conclusiones:

1. Las noticias de teletexto expresan modelos de representación del mundo ofreciendo información relativa a clases de datos de referencia. Los modelos de realidad se confeccionan privilegiando unas clases de datos sobre otras, de manera que raramente las noticias de teletexto incluyen información sobre las ocho clases de datos seleccionadas en esta investigación.

Mayoritariamente, los mediadores de teletexto confeccionan la referencia informativa de las noticias articulando la información en torno a cuatro o cinco clases de datos de referencia. Siendo las estructuras de rango más frecuentes:

Acción > Personaje > Rol > Espacio

Acción > Personaje > Rol > Espacio > Tiempo

Es muy poco probable que las noticias de teletexto contengan información relativa a las *causas*, a las *consecuencias*, y a las *fuentes informativas* de los objetos de referencia de los que tratan.

Estas estructuras de clases de datos predominantes en las noticias de teletexto no varían en función de la cantidad de información con la que se elaboran. A priori, se podría pensar que las noticias Ampliadas al elaborarse con mayor cantidad de información que las noticias Breves, ofrecerían información sobre más clases de datos de referencia. Sin embargo, del resultado del análisis se desprende que no es así. Los mediadores de teletexto confeccionan las noticias Ampliadas y las noticias Breves de la misma manera: ambos tipos de noticias se construyen con el mismo molde, que responde a las estructuras de datos de referencia mencionadas anteriormente.

Se puede afirmar que las noticias breves son reproducciones reducidas de las noticias ampliadas en cuanto a la composición de los datos de referencia.

Las noticias de teletexto en cuanto a las estructuras de datos de referencia tampoco varían en función del ámbito temático al que pertenecen. Es decir sea cual sea el ámbito temático al que remiten los objetos de referencia, las noticias de teletexto se articulan en torno a las mismas estructuras de datos de referencia citadas.

El hecho de que la información sobre las causas y las consecuencias sea tan escasa en las noticias de teletexto, implica un sesgo en la completitud, que afecta a la validez, y en consecuencia a la veracidad de la información de la referencia en el teletexto.

El desarrollo de nuestra investigación no nos permite saber si esta forma de construir la referencia responde a un modelo propio del teletexto, si ha sido tomada de otros medios (por ejemplo del *lead* de la prensa), o si se trata de un patrón universal seguido por el resto de los medios, que responde a un modo de hacer noticias propio del periodismo positivista.

2. Las clases de datos de referencia con las que se confeccionan los relatos de las noticias de teletexto pueden remitir información sobre un solo ámbito temático (referentes de *cierre referencial* o de *ámbito único*), o hacerlo sobre varios ámbitos temáticos (referentes de *apertura referencial* o de *ámbito compartido*). El manejo que hace el teletexto de este doble modelo

temático (del que hemos dado cuenta en las aportaciones teórico-metodológicas), al que responden los objetos de referencia muestra que:

- El cierre o apertura referencial de los objetos de referencia depende de la cantidad de información. Las noticias que se confeccionan con mayor cantidad de información (not. ampliadas) ofrecen con más frecuencia información sobre referentes que se adscriben a más de un ámbito temático (de ámbito compartido); mientras que las noticias breves incluyen mayoritariamente información sobre objetos de referencia que pertenecen a un solo ámbito temático (de ámbito único.).

- El cierre o apertura referencial de los objetos de referencia de las noticias de teletexto en cuanto a los ámbitos temáticos muestra también un doble modelo mediador:

- Los referentes pertenecientes al ámbito *político, económico, de la violencia y de la sociedad civil* suelen ofrecer información sobre más de un ámbito temático (ref. de *ámbito compartido*), y en su apertura temática se relacionan mayoritariamente con el ámbito de la *política*.

- Los referentes *deportivos* tan sólo ofrecen información perteneciente a su propio ámbito (ref. de *ámbito único*), el cierre referencial se circunscribe exclusivamente a su propio ámbito temático (al deportivo), no relacionándose con otras temáticas.

3. Los mediadores de teletexto una vez seleccionados los objetos de referencia y las clases de datos sobre los que confeccionar la información, deben articular la referencia relativa a las clases de datos en torno a un doble modelo de tratamiento de la información (ver Capítulo 2):

- Sólo Material Principal. La referencia informativa sobre el objeto de referencia se elabora tan sólo con material principal o básico.

- Material Principal y Secundario. La referencia informativa sobre el objeto de referencia se elabora con el material principal y con otro tipo de material informativo (explicativo, de contexto o alternativo).

El uso mediacional que hace el teletexto del tratamiento de la información en las noticias de teletexto muestra que:

- La confección de la referencia de la noticia en cuanto a la estructura de la información (material principal o secundario) varía en función de la cantidad de información con la que se elabora la noticia: las noticias más extensas o ampliadas son confeccionadas por el mediador utilizando material de tipo principal y secundario (mayoritariamente de tipo explicativo, y en mucha menor frecuencia de contexto); mientras que las noticias breves en su inmensa mayoría se confeccionan tan sólo con material de tipo principal.

- La estructura de la información no depende de los ámbitos temáticos a los que remiten los objetos de referencia de las noticias de teletexto. Con independencia del ámbito temático al que remitan los objetos de referencia de las noticias de teletexto, los mediadores de teletexto confeccionan mayoritariamente la referencia informativa con material principal y secundario (mayoritariamente de tipo explicativo, y mucho menos frecuentemente de contexto). Sólo los objetos de referencia deportivos suelen elaborarse con más frecuencia que los referentes del resto de los ámbitos, exclusivamente con información de tipo principal.

4. Otro de los aspectos del análisis referencial es el que tiene que ver con la decisión de los mediadores del teletexto de utilizar el espacio destinado a cada noticia para ofrecer información sobre un único objeto de referencia (noticias *unirreferenciales*), o sobre varios objetos de referencia diferenciados, aunque interrelacionados (noticias *multirreferenciales*). En el teletexto prevalecen las noticias unirreferenciales sobre las noticias con información sobre referentes múltiples, que son mucho menos habituales en los servicios de teletexto en España.

En la elaboración de estas noticias Multirreferenciales el mediador suele realizar una labor de jerarquización entre los distintos referentes que componen la noticia. Normalmente, el mediador ofrece las claves a la audiencia para poder interpretar dicha priorización, bien por el titular, por el orden, por la cantidad de información dedicada a cada unidad referencial, etc. Al mismo tiempo, siempre existe entre las diferentes unidades un vínculo que generalmente se adscribe a un referente más global.

Ha quedado planteado, aunque no se ha llevado a cabo el análisis de las estrategias mediadoras de las noticias multirreferenciales. El estudio de la selección de los objetos de referencia que forman estas noticias múltiples; el descubrimiento de las pautas seguidas por los mediadores en la jerarquización de dichos objetos; así como el análisis de los referentes generales, ofrece una interesante línea de investigación futura sobre las estrategias temático-mediadoras relativas a los objetos de referencia de los que dan cuenta las noticias.

El uso que el teletexto hace de este doble modelo mediador con respecto a la cantidad de información y a los ámbitos temáticos de sus noticias, ofrece las siguientes características:

- La decisión de confeccionar las noticias ofreciendo información sobre uno o varios objetos de referencia no depende de la cantidad de información. Tanto las noticias que conforman su referencia con mayor cantidad de información (ampliadas), como las noticias breves, tratan mayoritariamente sobre un único objeto de referencia; si bien, es más frecuente que las noticias ampliadas conformen su referencia en torno a varias unidades referenciales distintas, que las breves.

- La decisión de confeccionar las noticias ofreciendo información sobre uno o varios objetos de referencia no depende del ámbito temático de los objetos de referencia. Con independencia del ámbito temático del referente, el teletexto utiliza mayoritariamente noticias unirreferenciales.

5. El análisis de la referencia de las noticias de teletexto en cuanto al tratamiento y articulación de los datos de referencia no se ha centrado en el estudio de las relaciones entre las distintas clases de datos. Los objetivos de nuestra investigación no pretendían descubrir las claves mediacionales de articulación entre los distintos datos de referencia, que podrían ser objeto de otra tesis diferente a la que nos ha ocupado. La finalidad de nuestro análisis era la de ofrecer una visión global de las categorías o clases de datos de referencia individualizadas y aislables que conforman la referencia en las noticias de teletexto.

El tratamiento de la mayor parte de las clases de datos de referencia no depende de la cantidad de información con la que el mediador

confecciona la noticia. Tan sólo el tratamiento de las clases de datos relativas a las causas y a las consecuencias ofrece alguna particularidad. Tanto las noticias ampliadas como las breves incluyen en raras ocasiones referencias a la causalidad y a la consecuencialidad. Si bien, en las noticias breves el mediador prescinde siempre de la información relativa a estas clases de datos; mientras que este tipo de referencias son más habituales en las noticias ampliadas.

6. El tratamiento singularizado de las clases de datos con los que se conforma la información de la referencia en las noticias de teletexto ofrece unos modos particulares de uso por parte de los mediadores:

- El análisis referencial de las acciones que aparecen en las noticias del teletexto utiliza un modelo mediador caracterizado por *servir para reforzar la adscripción del ámbito temático de los objetos de referencia*.

Las acciones de los acontecimientos que aparecen en las noticias de teletexto utilizan la misma lógica de adscripción temática que los objetos de referencia sobre los que tratan:

- *Acciones de cierre referencial o de ámbito único*. Corresponden mayoritariamente a las acciones *deportivas*; y que a su vez suelen aparecer en los *referentes de ámbito deportivo*.

- *Acciones de apertura referencial o de ámbito compartido*. Corresponden a las acciones del resto de los ámbitos temáticos (*políticos, económicos, violentos y de sociedad civil*). La apertura referencial de este tipo de acciones se relaciona con el ámbito político. Conforman la referencia informativa de las noticias que tratan sobre *objetos de referencia*

mayoritariamente políticos, y en menor medida económicos, de la violencia y de la sociedad civil.

Con independencia del ámbito o de los ámbitos temáticos a los que se adscriban las acciones y los objetos de referencia, el mediador de las noticias de teletexto confecciona mayoritariamente la referencia informativa con acciones de tipo ejecutivo. Y es muy poco probable, la confección de la referencia en las noticias de teletexto con acciones expresivas o comunicativas.

- El estudio de los personajes que intervienen en los objetos de referencia de las noticias de teletexto ofrece un modo de mediar en el que *predominan los actores humanos, aunque también son frecuentes los actores organizacionales.*

El teletexto selecciona mayoritariamente objetos de referencia en los que intervienen personajes masculinos; e ignora prácticamente aquellos referentes en los que aparecen personajes femeninos.

Los mediadores del teletexto conceden mayor relevancia a los objetos de referencia cuyos *personajes pertenecen o están relacionados con el plano institucional público.*

- Cuando el mediador de teletexto designa explícitamente en los relatos de las noticias de teletexto a los personajes desempeñando determinados roles, éstos últimos se conforman combinando referencias territoriales y temáticas (mayoritariamente pertenecientes al mundo de la política). Es decir, las noticias de teletexto confeccionan la referencia sobre los roles explícitos que desempeñan los personajes ofreciendo información sobre su procedencia territorial (especialmente de nacionalidad), y sobre su

pertenencia al ámbito de la política, al mismo tiempo. Ejemplo. *El primer ministro portugués Antonio Guterres...*

- El estudio de la temporalidad de los objetos de referencia que son expresados en los relatos de las noticias del teletexto se ha llevado a cabo mediante el análisis de su “historicidad”¹. La construcción de la referencia relativa a la temporalidad de las noticias de teletexto, ofrece un modelo mediador que selecciona mayoritariamente objetos de referencia exclusivamente presentistas. Cuando en los referentes del teletexto se ofrecen referencias al pasado o al futuro, éstas, siempre aparecen relacionadas con el presente. En las noticias de teletexto es muy raro encontrar objetos de referencia que ofrezcan una visión temporal completa, es decir, con referencia al pasado, presente y futuro de los acontecimientos de los que se ofrece información.

En este sentido, la confección de la referencia informativa en cuanto a la temporalidad de los referentes de las noticias de teletexto, se asemeja más a las noticias de la prensa, que a las de la televisión. (ver MARTÍN SERRANO, Manuel. La producción social de comunicación. Madrid, Alianza Editorial, 1986. Capítulo 4. pág. 201-202).

- El estudio de las referencias a la espacialidad que se ha llevado a cabo en esta investigación se ha limitado a la espacialidad geográfica en la que se desarrollan los acontecimientos que se mencionan en las noticias de teletexto.

¹ “«Historicidad» es el tiempo histórico que se acota en el relato entre el acontecer que antecede y el que sucede después de todos los otros.” MARTÍN SERRANO, Manuel. La producción social de comunicación. Madrid, Alianza Editorial, 1986, pág. 199.

La espacialidad en la que se ubican los objetos de referencia que forman parte de la oferta informativa de las noticias del teletexto ofrece un tratamiento equitativo entre las noticias que se refieren al ámbito español, y las noticias internacionales, por parte de los mediadores:

- Por un lado las noticias que se desarrollan en el ámbito geográfico español. Los objetos de referencia mencionados corresponden espacialmente a todo el ámbito nacional, siendo menos frecuentes los referentes ubicados en el ámbito local, y menos aún en el ámbito autonómico.

- Por otro lado, las noticias que incluyen objetos de referencia cuya espacialidad se desarrolla fuera de España (noticias del extranjero o internacionales). La selección de estos objetos de referencia internacionales parece responder a un doble criterio mediador interrelacionado: de mayor a menor proximidad geográfica, y de mayor a menor importancia económica.

El modelo de rango de los objetos de referencia internacionales que aparecen en las noticias del teletexto es el siguiente:

Europa Occidental > Europa Oriental > América del Norte >

América Latina > África > Asia > Oceanía.

- Los resultados del análisis de la fuente informativa explícita a la que se adscribe la información en los relatos de las noticias de teletexto ofrece el siguiente modelo mediador:

- La presencia de la fuente informativa depende de la cantidad de información con la que se confeccionan las noticias de teletexto: las noticias ampliadas adscriben con más frecuencia la información a fuentes

informativas que las noticias breves, en las cuales raramente se adscribe la información a fuentes.

- La presencia de la fuente informativa se relaciona o depende del manejo de los ámbitos temáticos a los que remiten los objetos de referencia en los que aparecen mencionadas: la adscripción de la información a fuentes informativas es más frecuente en los objetos de referencia relativos al ámbito de la política, la economía, la violencia y la sociedad civil, que en los pertenecientes al ámbito deportivo.

7. Otra de las hipótesis del análisis de las noticias del teletexto a la que pretendía dar respuesta nuestra investigación era la de comprobar si los distintos servicios de teletexto españoles analizados utilizaban modelos mediadores distintos o no en la confección de la referencia informativa.

- Todos los servicios de teletexto confeccionan la información relativa a la selección de las clases de datos sobre las que se confecciona la referencia informativa utilizando el mismo modelo. Los cuatro servicios de teletexto construyen sus noticias privilegiando las siguientes estructuras de rango de clases de datos de referencia:

Acción > Personaje > Rol > Espacio

Acción > Personaje > Rol > Espacio > Tiempo

Las referencias a las causas, a las consecuencias, y a las fuentes son muy escasas en la confección de los relatos informativos de los servicios de teletexto españoles.

- No existen diferencias entre los distintos servicios de teletexto en cuanto a la apertura y cierre referencial o temático de los objetos de referencia de las noticias. En todos ellos predominan los objetos de referencia de ámbito único, es decir, sólo remiten información relativa a un único ámbito temático.

- El modelo mediador de los distintos servicios de teletexto no ofrece diferencias en cuanto al tratamiento de la información. Los cuatro teletextos españoles confeccionan mayoritariamente la referencia de sus noticias con material principal y secundario; si bien, el servicio de Tele 5 incluye con más frecuencia noticias elaboradas tan sólo con material de tipo principal.

- Los servicios de teletexto españoles tampoco ofrecen diferencias en cuanto a la estructura referencial de las noticias. En todos los casos se privilegian las noticias que ofrecen información sobre un único objeto de referencia (Unirreferenciales), frente a aquellas que incluyen varios referentes distintos relacionados (Multirreferenciales).

Podemos concluir que todos los servicios de teletexto en España utilizan un mismo modelo mediador para elaborar la referencia informativa de sus noticias. Nuestro análisis no ha permitido comprobar si dicho modelo corresponde a un patrón universal del teletexto, si se trata de un modelo exclusivo del teletexto en España, o si esta forma de hacer noticias es común al resto de los medios de comunicación en un determinado momento histórico.

El trabajo que aquí concluye trata de ofrecer un marco de análisis que pueda servir de utilidad para posteriores investigaciones que permitan

profundizar en los aspectos mediadores de las instituciones comunicativas en cuanto a la producción y tratamiento informativo de las noticias o de otros productos comunicativos difundidos a través de los medios de comunicación de masas.

BIBLIOGRAFIA

ABADAL, E. y RECORDER, M. J. *La informació electrònica a catalunya*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, 1991.

ADORNO, T. W. *Bajo el signo de los astros*. Barcelona, Laia, 1986.

ALCALA, G. *Hecho noticiable y noticia*. Caracas, Editorial Ateneo, 1980.

ALCALDE, C. *Como leer un periódico*. Barcelona, ATE, 1981.

ALONSO, M. y otros. *El teletexto*. Madrid, RTVE, 1988.

ARIAS FERNANDEZ, M.A. *El Actor-Emisor de Comunicación*. Madrid, Universidad Complutense. Tesis Doctoral. 1986.

ASIS de GARROTE, M. D. *Formas de comunicación en la narrativa*. Madrid, Fundamentos, 1988.

AUMENTE, J. *New electronic pathways. Videotex, teletext and online databases*. EEUU, SAGE Publications, 1987.

BALLE, F. y EYMERY, G. *Los nuevos medios de comunicación masiva*. México, Fondo de Cultura Económica, 1984.

BARDIN, L. *Análisis de contenido*. Madrid, Ediciones AKAL, 1986.

BARRASA, G. *Incertidumbres y vacilaciones del teletexto en España*. Revista Telos, nº1, Madrid. Enero de 1985.

BARTHES, R. *Análisis estructural del relato*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1970.

BEKKERS, W. *Teletekst néerlandais: media interactif a succès*. Revue de l'UER, vol. XL, nº 5, septiembre 1989.

BELEÑA, M. *Servicios españoles de teletexto. La información a la carta*. Revista Noticias de la Comunicación, nº 29, diciembre 1991.

BENEYTO, J. *Información y sociedad. Los mecanismos sociales de la actividad informativa*. Madrid, Editorial Revista de Occidente, 1970.

BENITO, A. *Ecología de la comunicación de masas*. Madrid, EUDEMA, 1989.

BERELSON, B.B. *Content analysis in communication research*. Nueva York. The Free Press, Glencoe; Hafner Publishing Co., 1971.

BERGER, P. Y LUCKMANN, T. *La construcción social de la realidad*. , Buenos Aires. Tiempo Contemporáneo. 1972.

BERLIZ H. "El teletexto en Europa". Revista Cinevideo 20, Madrid. Enero de 1998.

BERMUDEZ, G. "Cuatro años de teletexto de TVE." Alicante, Diario "Información", 19-5-92.

BETTETINI, G., COLOMBO, F. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995.

BOGART, L. *La prensa y su público. Quién lee, qué, cuándo, dónde y por qué en los periódicos norteamericanos*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, 1985.

BOLUDA, F. "La comunicación interactiva". Madrid, Revista Cinevideo 20, nº 76, Junio 1991.

BRAUN, E. *Tecnología Rebelde*. Madrid, FUNDESCO/Tecnos, 1986.

BUCETA FACORRO, L. *Fundamentos psicosociales de la información*. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, 1992.

BUGEDA, J. *Manual de técnicas de investigación social*. Madrid, Gráficas Espejo, 1974.

BURGELIN, O. *La comunicación de masas*. Barcelona, ATE, 1974.

CASASUS, J. M. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, DOPESA, 1972.

CASTELLS, M. y Otros. *El desafío tecnológico. España y las nuevas tecnologías*. Madrid, Alianza Editorial, 1986.

CASTILLA, A. ALONSO, M. C. y DIAZ, J. A. *La sociedad española ante las nuevas tecnologías. Actitudes y grados de receptividad*. Madrid, Fundesco, 1987.

CEBRIAN HERREROS, M. *Bibliografía de la información audiovisual*. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1986.

CEBRIAN HERREROS, M. "El teletexto en el sistema comunicativo español". *Revista Telos*, nº1, Madrid. Enero de 1985.

CHARON, J. M. "El papel de la prensa en la telemática", *Revista Telos*, nº 18, Madrid, Jun-Agos., 1989.

COLLIGNON, F. "Les sous-titrage: un sésame pour les sourds et malentendants", *Revue de L'UER*, Bruselas, Dic, 1993.

DE FLEUR, M.L. *Teorías de la comunicación masiva*. Buenos Aires, Paidós, 1976.

DESINANO de OSSANNA, N.B. *El discurso periodístico*. Buenos Aires, Editorial Plus Ultra, 1987.

DIAZ ARIAS, R. "Por un periodismo audiovisual: bases de datos periodísticas de naturaleza textual". *Revista Mensaje y Medios*, Nº19, Madrid. Febrero 1989.

DIAZ-PINES FERNANDEZ, M. J. "Las nuevas tecnologías de la información", *Revista Antena de la Comunicación*, nº 118, sept-oct. 1993.

DURKHEIM, E. *La división del trabajo Social*. Madrid, Daniel Jorro, 1928.

DURKHEIM, E. *Las reglas del trabajo sociológico*. Barcelona, ORBIS, 1982.

ECO, U. *Obbiettività dell'informazione*. 1979

ELORRIAGA, G. *Información y política*. Madrid, Editora Nacional, 1964.

ENZENSBERGER, H. M. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación..* Barcelona, Anagrama, 1981.

ENZENSBERGER, H. M. *The conciousness industry*, Nueva York, Seabury, 1974.

ESCRICHE, P. y otros. *La comunicación internacional*. Barcelona, Mitre, 1985.

FELDMANN, E. *Teoría de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires, Kapelusz, 1977.

FONCUBERTA, M. *Estructura de la noticias periodística*. Barcelona, ATE, 1980.

FONTCUBERTA, M. y Otros. *El periodismo escrito*. Barcelona, Mitre, 1986.

GARGUREVICH, J. *Géneros periodísticos*. Quito. Belén, 1982.

GERICKE, G. "*Videotex in der Bundesrepublik un in Europa*". Revista Media Perspektiven, julio 1988.

GINES SOLER, M. *Els servesis de teletext a Europa Occidental*. Universidad Autónoma de Barcelona. Tesis Doctoral. 1990.

GIOVANNINI, G. *Del pedernal al silicio. Historia de los medios de comunicación masiva*. Buenos Aires, ATE, 1987.

GOLDING, P. y ELLIOT P. *Making the News*. Londres, Longman, 1979.

GOMEZ MOMPART, . *Los titulares en prensa..* Barcelona, Editorial Mitre, 1982.

GREENBERG, B. S. "*Teletext in the United Kingdom: patterns, attitudes and behaviors of users.*" Actas del Congreso de la AIERI, Barcelona, 1988.

HUNT, T. *Reseña periodística*. México, Editores Asociados, 1974.

IBAÑEZ, J. "*La guerra incruenta entre cuantitativistas y cualitativistas*". *Las Ciencias Sociales en España*. 1992.

IWENS, J. L. *"El futuro de la televisión por cable. Experiencias y potencialidades en Europa"*, Revista Telos, nº 36, Dic-Feb. 93/94.

IWENS, J. L. *El futuro de la televisión por cable. Experiencias y potencialidades en Europa*. Revista Telos, nº 36, Madrid. Diciembre de 1993.

JAKOBSSON, T. y otros. *Le télétexte dans les années 90. Un rapport aux organismes de la Nordvision*. Ginebra, UER, 1990.

JAY, M. *La imaginación dialéctica*. Madrid, Taurus, 1974.

JENSEN, K. B. y JANKOWSKI, N. W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch Comunicación, 1993.

JIMENEZ PULIDO, J. *El audiovisual educativo*. Revista Mensaje y Medios, Nº21, Madrid. Diciembre 1990.

MARX, K. *Contribución a la crítica de la Economía Política*. Madrid, Alberto Corazón 1970.

KAYSER, J. *El diario francés*. Barcelona, Mitre, 1982.

KIENTZ, A. *Para analizar los Mass Media*. Valencia, Fernando Torres Ed., 1976.

KRIPPENDORF, K. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990.

KULPOK, A. *Le télétexte et ses utilisateurs*. Revue de l'UER, vol. XXXVI, nº 3 mayo, 1985.

LASSWELL, H. *Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. En MORAGAS, vol. II, 1985.

LAZARSFELD, P Y MERTON R. *Los medios de comunicación de masas, el gusto popular y la acción social organizada*. Caracas, Industria cultural y sociedad de masa., 1974.

LAZARSFELD, P. *La comunicación de masas*. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1977.

LECLERC, Y. *Le vidéotex*. Québec, Guérin, 1990.

LEGUINECHE, M. *Las noticias y la información*. Barcelona, Salvat Editores, 1973.

LOPEZ de ZUAZO, A. *El relato informativo en teletexto*. En el volumen colectivo *La información como relato*. Pamplona, Universidad de Navarra, 1991.

LOPEZ DE ZUAZO, S. "El sistema español de teletexto." En: Revista Mensaje y Medios, nº 6, Madrid, septiembre 1989.

LOPEZ DE ZUAZO, S. "El teletexto en España." En: Revista de Ciencias de la Información, nº 5, Madrid, 1988.

LOPEZ DE ZUAZO, S. "El teletexto en Europa." En: Revista Mensaje y Medios, nº 1, Madrid, julio 1988.

LOPEZ DE ZUAZO, S. "Grafismo en teletexto." En: Revista Mensaje y Medios, nº 7, Madrid, octubre 1989.

LOPEZ DE ZUAZO, S. "Teletexto: diario electrónico gratuito." En: Revista Periodistas, nº 31, Madrid, marzo 1990.

LOPEZ, M. *Cómo se fabrican las noticias*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995.

LORENTE, S. *La casa inteligente*. Madrid, Fundesco, 1991.

MACIA GOMEZ, P. *Televisión hora cero*. Madrid, ERISA, 1980.

MALETZKE, G. y EHLERS, R. Número monográfico dedicado al teletexto en la revista Media Perspektiven, agosto 1985.

MARCELLI, S. *Scripta volant. Viaggio nel Televideo della RAI*. Roma, RAI, 1991.

MARSHALL, G. *La moderna tecnología de la información*. Madrid, Editorial Alhambra, 1986.

MARTIN AGUADO, J. A. *El periódico y sus fundamentos tecnológicos*. Madrid, Editorial Latina, 1981.

MARTIN AGUADO, J. A. *Fundamentos de tecnología de la información*. Madrid, Ediciones Pirámide, 1980.

MARTIN AGUADO, J. A., PIÑUELA, A., GONZALEZ, L. *Tecnologías de la información impresa: desarrollo tecnológico y perspectivas*. Madrid, Editorial Fragua, 1985.

MARTIN SERRANO, M. (Coord.). *El cambio social y transformación de la comunicación*. Madrid, Reis, 1992.

MARTIN SERRANO, M. *La mediación social*. Madrid, Akal, 1978.

MARTIN SERRANO, M. *La producción social de comunicación*. Madrid, Alianza Universidad, 1986.

MARTIN SERRANO, M. *Métodos actuales de investigación social*. Madrid, Akal, 1978.

MARTIN SERRANO, M. y otros. *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid, Alberto Corazón ed., Cuadernos de la Comunicación, 1982. 2º ed., revisada y corregida.

MARTIN SERRANO, M. *Bases epistemológicas de los métodos actuales de investigación social*, R.E.I.S., nº 3, Madrid CIS, 1978.

MARTIN VIVALDI, G. *Géneros periodísticos*. Madrid, Paraninfo, 1973.

MARTIN, J. *La sociedad interconectada*, Madrid, Editorial Tecnos.

MARTINEZ ABADIA, J. *Introducción a la tecnología audiovisual*. Barcelona, Editorial Paidós, 1988.

MARTINEZ AGUINAGALDE, F. *Del uso de la entradilla en los textos periodísticos informativos e interpretativos*. Madrid, Fragua, 1997.

MARTINEZ ALBERTOS, J. L. *Redacción Periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita*. Barcelona, ATE, 1974.

MARTINEZ POZO, C. "Teléfonos para sordos." En: Revista Mensaje y Medios, nº 8, Madrid, noviembre 1989.

MARTY, H. "Aspects commerciaux du télétexte suisse." Revue de l'UER, vol. XXXVI, nº 3, mayo 1985.

MATTELART, A y M. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1996.

MATTELART, A. y M. *Pensar sobre los Medios: Comunicación y crítica social*. Madrid, Fundesco, 1987.

MATTELART, A., CASTILLO, C. y CASTILLO, L. *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente. La respuesta ideológica de la clase dominante chilena al reformismo*. Buenos Aires, Ediciones Signos, 1970.

MONTERO, M. D. *La información periodística y su influencia social*. Barcelona, Editorial Labor, 1993.

MORAGAS y SPA, M. de. (Ed.). *Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

MORAGAS y SPA, M. de. *Semiótica y Comunicación de Masas*. Barcelona, Península, 1976.

MORENO GOMEZ, L. y ARROYO, V. J. *Cinco siglos tras la noticia*. Caracas, Editorial Universitaria, 1962.

MORIN, V. *El tratamiento periodístico de la información*. Barcelona, ATE, 1974.

MULLER, A. *Teletext. Lesen statt hören*. Viena, ORF, 1987.

MUÑOZ, B. *Cultura y Comunicación*. Barcelona, Barcanova, 1989.

NEGRINE, R. y GOODFRIEND, A. *New media. Broadcast teletext, videotext*. Estocolmo, The Swedish Ministry of Education an Culture, 1981.

NEGRINE, R. y GOODFRIEND, A. "*Public perceptions of the new media: a survey of British attitudes.*" Revista Media, Culture and Society, vol. 10, 1988.

NIDETZKY, P. "*Situation du télétexte.*" Revue de l'UER, vol. XXXVI, nº 3, mayo 1985.

ORTEGO COSTALES, J. *Noticia, Actualidad, Información.* Pamplona, Universidad de Navarra, 1966.

PALACIO, M. "*Pendientes del teletexto*", Diario El Sol, martes 17 julio de 1990.

PARACUELLOS, J. C. "*L'audiovisuel européen face aux nouvelles techniques de télévision*", Revista Mediaspouvoirs, París, 1993.

PEÑAFIEL, C. y Otros. *El periodismo audiovisual ante el año 2000.* Bilbao, Universidad del País Vasco.

PEREZ CALDERON, M. *La noticia electrónica.* Madrid, Editora Nacional, 1984.

PEREZ HEREDIA, M. "*El teclado de teletexto.*" En: Revista Mensaje y Medios, nº 16, Madrid, julio 1990.

PIGNATARI, D. *Información, lenguaje, comunicación.* Barcelona, Gustavo Gili, 1977.

PROPP, V. *Morfología del cuento.* Madrid, Fundamentos, 1974. 2º de.

PUJOLLE, G. *Telemática.* Madrid, Paraninfo, 1985.

RATZKE, D. *Manual de los nuevos medios. El impacto de las tecnologías en la comunicación del futuro.* México, Gustavo Gili, 1986.

RICHERI, G. "*Nuevas tecnologías de televisión. Construcción de una Europa audiovisual.*" Revista Telos, nº32. Madrid. Diciembre de 1992.

RICHERI, G. *La televisión: entre servicio público y negocio.* Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

RIVERO, F. *"Llega la televisión interactiva"*, Revista Telos, nº33, Madrid.Septiembre de 1990.

RODA SALINAS, F. J. y BELTRAN DE TENA, R. *Información y Comunicación. Los medios y su aplicación didáctica*. Barcelona, Gustavo Gili, 1985.

RODRIGO ALSINA, M. *La construcción de la noticia*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1996.

ROJAS AVENDAÑO, M. *El reportaje moderno*. México, Universidas Nacional Autónoma de México, 1976.

ROSENGREN, K. E., WENNER, L. A. y PALMGREEN, P. *Media gratifications research current perspectives*. Londres, SAGE, 1985.

RUI CADIMA, F. *"Tendencias y prospectivas del audiovisual.Fragmentación, convergencia y matriz en Europa*. "Revista Telos, nº 33, Madrid.Marzo de 1993.

SANCHEZ BRAVO, A. *Tratado de estructura de la información*. Madrid, Editorial Latina, 1981.

SANTILONI, M., CASES, A. *Las opciones de presente y futuro en la prensa escrita*. Madrid, Fundesco, 1985.

SAPERAS, E. *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Barcelona, Ariel, 1985.

SAUSSURE, F. *Curso de lingüística general*. Buenos Aires, Losada, 1971.

SCHLESINGER, P. *"Reino Unido: de los servicios público al artículo de consumo"*, Revista Telos, nº 1,Madrid, 1995.

SECANELLA, P. *El lid: fórmula inicial de la noticia*. Barcelona, ATE, 1980.

SHANNON, D. y WEAVER, W. *Teoría Matemática de la Comunicación*. Madrid, Forja, 1981.

SIGEL, E. y McINTYRE, C. y otros. *Videotext*. Barcelona, ATE, 1982.

SMITH, A. *Goodbye Gutemberg*. Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

SMITH, A.G. (Comp.). *Comunicación y Cultura*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1977.

SOBRINO BLANCO, M. A. "*Multimedia y publicidad*". Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas. Editorial Complutense, Madrid, 1991-92.

SOBRINO BLANCO, M. A. *Repercusiones sociales y comunicativas de la innovación tecnológica. Condicionamientos estructurales de la mediación comunicativa a través de videotex y difusión social del medio en la década de los ochenta*. Madrid, Universidad Complutense, Tesis Doctoral, 1991.

STEVENSON, L. y SHAW, D. L. *Las noticias internacionales y el nuevo orden en la información mundial*. Barcelona, Mitre, 1984.

TIMBAL DUCLAUX, L. "*Les 4 couleurs du texte*", Revista Communication et Langages, 2º trimestre, nº 80, 1989.

TUCHMAN, G. *La producción de la noticia*. Barcelona, Gustavo Gili, 1980.

TYDEMAN, J. y otros. *Teletext and videotext in the United States*. Nueva York, McGraw Hill, 1982.

URABAYEN, M. *Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos*. Pamplona, Universidad de Navarra, 1983.

VALETTE, G. "*Mise en page e lisibilité du télétexte*." Revue de l'UER, vol. XXXVI, nº 3, mayo 1985.

VALLE TORRALBO, J. M. *Los teletextos*. Madrid, Universidad Complutense. Tesina 1980-81.

VAN DIJK, T. A. *La noticia como discurso*. Barcelona, Paidós, 1990.

VILCHES, L. *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1989.

VILLAFañE, J., BUSTAMANTE, E. y PRADO, E. *Fabricar noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión*. Barcelona, Mitre, 1987.

VOYENNE, B. *La información hoy*. Barcelona, Editorial Mitre, 1984.

WILSON, D. "*Le télétexte par cable e par satellite*", Revue de L'UER, Bruselas, Mayo, 1985.

WOLF, M. *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, N° 2, 1987.

YOUNG, I. y GRAY, I. *Applications et incidences culturelles des services vidéotex au Royaume Uni*. Estrasbourg, Conseil de la Coopération Culturelle-Affaires Culturelles. Conseil de l'Europe, 1981.

"*Diario Fax, primer periódico electrónico*", Revista Campaña, n° 375, Nov. 1990.

"*Les nouvelles techniques en servent que si on en use*", Revista Sonovision, n° 332, Dic., 1989.

"*Presente y futuro de las nuevas tecnologías audiovisuales*", Revista Cinevideo 20, n° 107, 1994.

"*Télétexte: un horizon européen*" Revue de L'UER, Bruselas, Oct., 1991.

"*Toda la información a domicilio*", Revista Mensaje y Medios, Oct. 1981.

"*Usos del teletexto por los madrileños*", Revista Noticias de la Comunicación, n° 61, Madrid, Sept. 1992.

ABRIR TERCERA PARTE

